

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN

El Propio:

**Prensa sensacionalista y consumo de noticias judiciales en los sectores
populares de Montería**

Tesis presentada por:

CARLOS MARÍN CALDERÍN

Director

RICARDO CHICA GELIZ Mg.

UNIVERSIDAD DEL NORTE

Barranquilla, octubre de 2012

TABLA DE CONTENIDO Página

Información general de la investigación

1. Planteamiento del problema.....	7
1.1 Periódico El Propio.....	7
1.2 Montería: contexto y antecedentes de violencia.....	11
1.3 Relación público-periódico.....	14
1.4 Condiciones de recepción del público.....	19
1.5 El miedo como mediador de noticias.....	23
1.6 Investigar a los lectores de Tal Cual.....	26
 2. Justificación.....	 27
 3. Marco Teórico y Estado del Arte.....	 31
 4. Objetivos.....	 43
 5. Metodología propuesta.....	 48
 6. Presentación y Análisis de Resultados.....	 58
 7. Conclusiones.....	 111
 8. Archivo, Fuentes y Bibliografía.....	 115

➤ RESUMEN EJECUTIVO.

Esta investigación se titula “El Propio: Prensa sensacionalista y consumo de noticias judiciales en Montería”. El Propio es un diario tipo tabloide vespertino que circula todos los días en Montería y los 29 municipios del departamento de Córdoba, al igual que en el Bajo Cauca y en el Urabá (Antioquia). La investigación es cualitativa, con enfoque en sociología de la cultura. Se pretende interrogar las lecturas que hacen los públicos sobre contenidos de la página de judiciales Tal Cual, con miras establecer relaciones entre el mundo del periodismo, el mundo de la audiencia y las mediaciones que ahí acontecen; las cuales, a su vez, contribuyen a la aparición de ciertas formaciones sociales como son las distintas visiones que se tienen de la ciudad y sus dinámicas urbanas.

INTRODUCCIÓN

Investigar el periódico El Propio y su público en los sectores populares de Montería, supuso, en principio, seguir la ruta del modelo canónico de la comunicación, es decir, la producción, los mensajes y el consumo de los mismos. Ello resultó útil en tanto organización de las ideas y la formación del hilo conductor, el cual consistió en interrogar los vínculos que conectan el mundo del periodismo y el mundo del público. Es allí donde hallamos rasgos y características de un proceso de selección y descarte de elementos tanto para confeccionar las noticias, como para leerlas; un proceso de mediación que usa los mismos elementos tanto en la producción, como en el consumo de mensajes. Elementos que a su vez están inscritos en la cultura popular; es ésta la que aquí postulamos como la fuente más importante que tiene la institución periodística para producir los mensajes en cuanto contenidos y formas; aspectos que están en relación con lo que Manuel Martín Serrano llama el acontecer, el cual, a su vez, está marcado por el sobresalto de lo que significa vivir en Montería y en Córdoba. Cultura popular y un contexto como el de esta subregión del país deviene en una relación que debe mediar en su forma y contenido, es decir, según las mediaciones cognitivas y las mediaciones estructurales que llevan a cabo tanto periodistas como lectores, mediaciones que en últimas sirven para leer a Montería y sus dinámicas urbanas en tanto manifestaciones de la modernidad, las tensiones socioeconómicas y los regodeos con el lenguaje en el plano de la vida cotidiana y en el de lo noticioso.

Las contribuciones de este informe final se orientan hacia las formaciones sociales dados los medios de comunicación y sus públicos; y también, pretende postularse

como referente que aborde los medios de comunicación en Montería desde un enfoque que integre la mirada de los sectores populares y reubicar a los medios en tanto hecho social que genera relevancia cognitiva respecto a los temas que circulan. De ahí que tres elementos conceptuales nos han servido para seguir el rastro comunicacional, como son el de la sociología de la producción de mensajes, la teoría de las mediaciones y el consumo cultural según categorías de apropiación social. Este repertorio de conceptos nos facilitó enmarcar el estudio en el modelo canónico arriba mencionado y, así, interrogar el proceso comunicacional de esta forma: **¿En qué consiste la relación entre las noticias judiciales de El Propio y las prácticas de lecturas que lleva a cabo el público consumidor de los sectores populares de Montería?** Tal descripción también supuso tener en cuenta los cambios recientes dados en la sociedad monteriana como es su reconfiguración urbana a partir del consumo, la incidencia del conflicto armado y el narcotráfico y la violencia urbana, entre otras manifestaciones. Es este contexto, pues, la escenificación del miedo como una poderosa fuente imaginaria, se postula como una especie de enfoque mediante el cual se puede leer a Montería, que va ofreciendo coordenadas en tiempo y en espacio que señalan el peligro o la salvación, la tensión o el alivio, lo bueno o lo malo en el transcurrir de la ciudad.

El informe final se organizó en tres grandes partes. La primera que contiene aspectos teóricos, metodológicos y procedimentales que dan cuenta desde dónde se puso en marcha el proceso investigativo. Lo anterior va del capítulo uno al cinco y contiene elementos prácticos y de contexto, lo que va anticipando ciertos análisis y resultados. El capítulo seis forma la segunda parte del informe y se refiere a la presentación y al análisis de resultados. Es allí donde los aportes son patentes en cuanto a la producción de noticias, donde el contexto organizacional de El Propio y el quehacer periodístico son materia de indagación y así poder describir los niveles y elementos que inciden en la producción noticiosa. También se ofrece un análisis documental que desglosa las mediaciones cognitivas y estructurales que porta el texto periodístico, en especial, el de Tal Cual, ya que se trata de la sección que contiene las noticias judiciales que resultan de gran

expectativa para el público. Por último, se trata el mundo de la audiencia donde lo más importante es considerar a la lectura como un proceso activo en el que la conversación social y cotidiana se da alrededor de la agenda temática propuesta por el medio y donde bullen los distintos sentidos con que se mira la ciudad, pero, casi todos inscritos en los mismos referentes, creencias o prejuicios. Finalmente, se postulan conclusiones que apuntan a describir los vínculos entre el mundo periodístico y el mundo de la audiencia, en virtud de las mediaciones comunicativas y sociales que allí acaecen.

Montería, octubre de 2012.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con miras a plantear el problema de este proyecto, se desarrollarán varios puntos interconectados entre sí. En principio, el lector hallará información acerca de la sección Tal Cual del periódico El Propio, su filosofía y forma de abordar las noticias judiciales, y las preguntas clave del presente estudio. Se da cuenta de cómo, cuándo y por qué aparece El Propio en Montería, el porqué de su nombre, se describe físicamente el formato del diario, se informa sobre la rutina profesional y empresarial, el número de ejemplares que sale a la calle, el consumo por estratos socioeconómicos y la política editorial del medio, así mismo, se muestra cómo definen sus directivas cada una de las secciones. De otra parte, se presenta un contexto histórico sobre la violencia en el departamento de Córdoba, para hacer una referencia a las dinámicas del miedo en la sociedad y, el cual, circula a través de El Propio, según su sección Tal Cual. Finalmente, se ofrecen las características generales que definen las dinámicas urbanas y sociales de la ciudad de Montería que se constituye en el espacio de recepción de El Propio, y al mismo tiempo, en la gran fuente de hechos y acontecimientos que son convertidos y confeccionados en la noticia que se consume diariamente por la sociedad monteriana y cordobesa. Aunado a lo anterior se formularán las preguntas que conforman el problema de este proyecto de investigación.

1.1 Periódico El Propio

La sección Tal Cual del periódico sensacionalista El Propio de Montería da cuenta de una serie de hechos judiciales que relatan la ciudad desde los miedos que la circundan, las historias que la caracterizan y la cotidianidad que la representa. Esta sección, hacia la que mira este proyecto de investigación, es definida por las directivas de El Propio de la siguiente forma: “En esta sección contamos de una manera única y sin pelos en la lengua todos los hechos que son noticia en el orden judicial a nivel local, nacional e internacional. Jamás disfrazamos la realidad, contamos las noticias tal cual. Las imágenes reflejan lo escrito en la noticia, se utilizan numerosas”, según el portafolio de servicios del medio usado en mayor medida por los asesores del área de Publicidad.

El periódico El Propio fue fundado con el eslogan “Sin pelos en la lengua” el primero de octubre de 2007 en Montería por la empresa editorial Grupo Editado, que a la vez es propietaria del periódico EL MERIDIANO de Córdoba, que circula en la región desde marzo de 1995. El Propio surge durante el auge repentino de los periódicos populares a mediados de la primera década del siglo XXI. En las principales ciudades colombianas, los propietarios de los medios impresos más posicionados decidieron fundar otros diarios que explotaran las temáticas judiciales y ahondaran en la diversión con un tipo de escritura corta y amena, que fuera en concordancia con las premisas de que hoy en día el lector carece de tiempo para detenerse a leer y está aburrido de la histórica agenda de los medios, caracterizada por la política y la economía.

Las directivas del Grupo Editado, informadas del interés del diario Q’hubo de abrir sede en la región, decidieron fundar antes El Propio y capturar con anticipación el público lector, radicado en su mayoría en los sectores populares de Córdoba. En este departamento y también en algunas regiones de la Costa, se le dice ‘el propio’ a quien actúa con cinismo, descaro, desvergüenza, frescura, insolencia, atrevimiento, en fin, a alguien osado cuya desfachatez le hace ver, bien sea perversamente chistoso o carente de reservas. Por ejemplo, a un estudiante que con picardía aprueba un examen sus compañeros o el profesor podrían decirle “Eres ‘el propio’ vivo”. También se le dice ‘propio’ a aquella persona que en los campos cordobeses lleva y trae recados como una especie de mensajero, cuya responsabilidad casi siempre es otorgada a alguien con amplios conocimientos en la geografía de la zona que le permitan acortar camino (esta práctica, con la llegada de la telefonía celular, está en vía de extinción). De ahí la colocación del nombre a este medio informativo.

La sede del periódico está ubicada en la Urbanización Brizalia, en la calle 39 No. 14B-07, detrás de EL MERIDIANO de Córdoba, un sector estrato 4. El impreso consta de 16 páginas a color y circula de lunes a domingo en formato tabloide. Las

páginas son presentadas en cinco columnas y cada una de estas mide 4.8 cm. El periódico es vespertino, sale a las 2:00 p. m. con fecha del día siguiente, tiene un tiraje aproximado de 18 mil unidades diarias y cuesta “700 barras” (esta expresión popular se refiere al peso colombiano), al decir cotidiano del público que lo consume. Un promedio de 6 personas leen cada ejemplar y se distribuye en los 30 municipios del departamento de Córdoba. El promedio de circulación regional es el siguiente: Montería, 61.6 %; municipios de Córdoba, 38.4 %. Sus titulares son certeros, cortos, escandalosos, estrambóticos, chistosos y sugieren amenidad al lector. Vale la pena destacar que este periódico también se vende en las regiones Bajo Cauca y Urabá (Antioquia), lo mismo que en tres puntos en Bogotá.

De acuerdo con estudios recientes de mercadeo contratados por el mismo diario, el rango de edad del lector de El Propio va de los 15 a los 65 años, y los estratos socioeconómicos que más lo consumen son el 1 y el 2, sin embargo, va en aumento el número de lectores de los estratos 3 hasta el 6. Es importante decir que la política editorial de este medio, según su portafolio de servicios, “se fundamenta principalmente en la relevancia, diferenciación, identidad, valor agregado y utilidad constante al lector, las cuales damos con nuestras noticias y que se convierten en las características más importantes de nuestro diario, plasmadas así día a día en cada una de nuestras secciones informativas: general, judicial, local, comunitaria, deportiva y entretenida”.

Siete periodistas ingresan a laborar a las 7:00 a. m. y antes de las 11:00 deben dejar listas para impresión doce páginas, quedando abiertas las cuatro de la sección Tal Cual para hechos judiciales que se presenten antes de las 12:30 del mediodía, que es el horario límite para que el tabloide llegue a rotativa. Por la tarde y noche, los periodistas hacen reportería para el día siguiente. El gerente de El Propio es el mismo gerente administrativo de EL MERIDIANO, y las prestaciones laborales y demás condiciones contractuales dependen del Grupo Editado. El diario tiene una Editora General, Erly Gregoria Rojas Salguero, quien antes de asumir este cargo cubrió durante 10 años las noticias comunitarias en EL

MERIDIANO, y es hija del locutor Gustavo Rojas Gabalo, “el Gaba” (q.e.p.d.) director del programa “El show del Gaba”, un espacio en el que con jocosidad se le pasaba cuenta de cobro a los funcionarios públicos que cometían errores o cuyas acciones perjudicaban a la comunidad. El “Gaba” fue asesinado en 2006.

Además de Tal Cual, que ya fue definida al comienzo, El Propio se divide en las siguientes secciones:

Mi Gente: “Los personajes, sus historias, sus tradiciones, costumbres, lo increíble de nuestra tierra, la problemática actual de sus entornos, la gente más bacana, trabajadora, con ganas de salir adelante y popular de nuestra región y el mundo tienen cabida aquí, un espacio reservado para que mi gente sin pelos en la lengua sea protagonista en todos los acontecimientos de su vida”.

En la jugada: “El talento, la versatilidad y la energía de nuestros deportistas están aquí, sin pelos en la lengua. En la jugada muestra día a día los más importantes acontecimientos de todos los deportes de interés local, nacional e internacional, las figuras de los torneos actuales, barrios y sus campeonatos, las cifras, la pasión y vibra por el deporte”.

Relájate es la sección de entretenimiento del periódico, y está integrada por:

CruciPropio: “Es gigante doble pagina tabloide, su principal fortaleza radica en que todo su contenido es didáctico, educativo y muy fácil de solucionar, te sorprenderá con temas de actualidad local nunca antes vistos, relájate, distráete, ríete con el PROPIO CRUCI”.

Char Marín: “El destino, la suerte, los problemas, la salud, la pasión con el Propio Brujo más famoso del mundo. Aquí este especialista estudia, analiza y cuenta detalle a detalle casos reales de nuestra gente, da consejos prácticos y seguros para solucionar situaciones de la vida cotidiana. Char Marín, ‘¡De que sabe sabe!’”.

Horóscopo: “La suerte, el amor, el dinero, el trabajo, la familia, la salud, y lo que trae el día a día. Prepárate para triunfar y sobrellevar dificultades con nuestro tarotista Char Marín, ‘¡De que sabe sabe!’”.

Tío Caimán: “Este personaje es un ‘bacán’, que diariamente comenta temas de interés general y popular, constantemente se pregunta casos y situaciones, reflexiona, analiza y argumenta las cosas objetivamente como nuestro lector. Dice lo que todo el mundo sabe, pero que nadie se atreve a decir”.

Picante Picante: “A reír se dijo con esta sección, todos los chistes de nuestra gente pueden enviarlos a las instalaciones para ser publicados”.

1.2 Montería: contexto y antecedentes de violencia

Montería está ubicada en el noreste del país a la orilla del río Sinú. Es la capital del departamento de Córdoba desde 1952 cuando se separó territorialmente de Bolívar. Fue fundada el primero de mayo de 1777 por Antonio de la Torre y Miranda con el nombre de San Jerónimo de Montería. Desde la época de La Violencia (años 40 y 50 del siglo XX) hasta la fecha, ha sido una ciudad que ha padecido diferentes dinámicas de tensiones, disputas y conflictos casi todos alrededor de la tierra, sus riquezas y el dominio sobre sus recursos y posibilidades.

Es desde los años 70 y 80 que los grupos guerrilleros Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (Farc) y Ejército Popular de Liberación (EPL) sembraron el miedo en el departamento perpetrando atentados contra las poblaciones y secuestrando ciudadanos. A finales de los 80, toda la década del 90 y los primeros cuatro años del presente siglo, la región fue dominada por los grupos paramilitares que actuaron bajo el nombre de Autodefensas Unidas de Colombia (AUC). Estos grupos sacaron a la guerrilla de la zona con más violencia y atemorizaron a la población por la crueldad de sus masacres y el alto poder corruptor que penetró al Estado.

A finales de 1988 las Farc se tomaron Tierralta durante toda la madrugada. El 4 de abril de 1988, un escuadrón paramilitar acribilló a 28 personas en el corregimiento Mejor Esquina (Buenavista, Córdoba). El 30 de agosto de 1988, los paramilitares asesinaron a 16 campesinos en la vereda El Tomate (Canalete, Córdoba). El 13

de octubre de 1989 fue muerto a manos de sicarios el periodista radial de La voz de Montería, William Bendeck Olivella. El 11 de junio de 1993, el mayor Walter Fratini Lobaccio, segundo comandante del Batallón Junín de Montería, fue asesinado por el EPL en jurisdicción de Turbo (Antioquia). El 18 de diciembre de 1996, las Farc estallaron una bomba en las oficinas de la Federación de Ganaderos de Córdoba con la intención de asesinar al dirigente Rodrigo García Caicedo, quien salió ileso. En el atentado murieron 4 personas. Hugo Iguarán Cotes, exaspirante a la Rectoría de la Universidad de Córdoba, perdió la vida en Montería luego de que un pistolero le disparara el 10 de septiembre de 2000. El 4 de febrero de 2006, fue atacado a tiros el locutor Gustavo Rojas Gabalo en Montería. Murió el 20 de marzo del mismo año a causa de las heridas de proyectiles en la cabeza. El 31 de enero de 2007 fue acribillada Yolanda Izquierdo, líder de desplazados en Córdoba, en su casa ubicada al sur de Montería. El 19 de marzo de 2010, un asesino le quitó la vida al periodista Clodomiro Castilla Ospino en Montería. El 7 de enero de 2011, la banda 'los Urabeños' asesinó a los estudiantes de la Universidad de los Andes, Mateo Matamala Neme y Margarita María Gómez Gómez al confundirlos con detectives del DAS.

Desde el año 2005 Montería (al igual que todo Córdoba) padece el accionar delictivo de las BACRIM (bandas criminales), escuadrones de narcotraficantes integrados en su mayoría por los desmovilizados de las AUC que abandonaron el programa de resocialización que pretendía reincorporarlos a la sociedad y que el Estado les ofreció a través de la Ley de Justicia y Paz, tras su desmovilización en 2004. Estas bandas, a diferencia de las guerrilleras y de los paramilitares, como se les llamó a los de las AUC, carecen de ideología política y centran su interés única y exclusivamente en el negocio del narcotráfico. El dinero es lo que les importa y para ello buscan siempre controlar territorios para el tránsito de su mercancía. Entonces, tanto guerrillas como paramilitares y BACRIM históricamente han generado miedo en los grupos sociales de la ciudad y han estigmatizado con su violencia el nombre de la región ante todo el país. El miedo ha sido, pues, un motivo recurrente en la cotidianidad monteriana desde hace más

de cincuenta años. Generaciones completas han vivido en medio de conflictos que desaparecen esporádicamente y regresan transformados en otras manifestaciones de violencia.

La sociedad monteriana está marcada con el estigma de ser cuna de los paramilitares, ya que en esta nació Salvatore Mancuso Gómez, comandante máximo de las AUC, y ahí hizo toda su vida familiar y comercial antes de irse a la clandestinidad a finales de los años 90. También, porque los sectores deprimidos de Montería como Cantacalero y Santafé fueron durante muchos años cantera de los grupos paramilitares que llegaban hasta estos a convencer a jóvenes que terminaron en la guerra por un sueldo y una atractiva condición de poder transmitida por las armas. En Montería prevalece la agricultura y la ganadería, miles de personas sostienen sus familiares con el producido de pequeñas granjas. Proliferan los centros comerciales y los grandes almacenes de cadena han abierto sucursales en esta capital. El comercio automotriz va en aumento, lo mismo que el de los restaurantes y la finca raíz.

Sin embargo, y a pesar de la modernidad aparente de reciente aparición en Montería, entre sus habitantes se observa desilusión, desesperanza y miedo, quizás por los altos niveles de desempleo, por la violencia reinante, por las escasas posibilidades de éxito al estar el poder concentrado en las mismas familias políticas que desde mediados del siglo XX han dominado en la región.

Como toda ciudad subdesarrollada, Montería es una entidad escindida. Tiene su parte para mostrar y su parte para ocultar. La Montería de exportación y la Montería del sufrimiento. Algunos creen que sólo está formada por la sección presentable y hablan de los barrios organizados del norte, de la Terminal de transporte y de la Ronda del Sinú, quizá su más destacado hito urbano. Por allí pasean a los turistas o a los recién llegados. Y se ufanan del símbolo de civismo que ella representa. Pero hay que hablar de la otra Montería que padece las carencias de una sociedad injusta y mal estructurada. De la que se ha formado en la pobreza, en el desempleo y

subempleo, y en los desplazamientos propiciados por la violencia contra los trabajadores del agro.

El escritor José Luis Garcés González, en su libro *Montería a sol y sombra*, describe una interesante imagen urbana, llena de nostalgia por el pasado: “Toda ciudad es la suma algebraica de sus partes. Sus feas y sus tristes; sus esplendorosas y sus paupérrimas. Esto puede ser obvio, pero por ello, precisamente, se nos olvida. Entonces la ciudad se somete al ojo que la expurga. Y queda solvente o postrada, deslumbrante o lamentable. Y los que la pueblan, la conforman. Y del estado económico y espiritual de sus habitantes, deriva el conjunto de su apariencia y de su esencia. Personas de estratos miserables no tienen con qué hacer una ciudad opulenta. Gente de espíritu postrado o muerto no puede erigir una ciudad persistente o imaginativa. De tal manera que las condiciones internas y externas contribuyen a su auge o a su postración. Alma y cuerpo, en permanente contradicción, no pueden ocultar las características estructurales de una ciudad. Montería, como ciudad hembra que es, tiene que reaprender las técnicas de la vieja ternura, retornar a los valores insoslayables cuando lo que se prometía se cumplía y lo que se decía se hacía. Tal era la ética de los sinuanos ancestrales” (Garcés, 45; 2010).

1.3 Relación público-periódico

La sección Tal Cual de El Propio evidencia la criminalidad que se vive en el departamento, pero especialmente en los barrios de estratos socioeconómico bajos de la capital, Montería. Las narraciones periodísticas que publica El Propio interactúan con las expectativas de la cultura popular, exhibiendo un deprimente panorama en el que la ciudad se desmorona en tanto que la violencia se impone. Tal Cual propicia una práctica de lectura entre los sectores populares de Montería que consumen la sección en busca de hechos criminales y los modelos informativos usados por los periodistas, lo que ordena y construye una percepción colectiva de cómo se vive la ciudad y de cómo se vive en la ciudad.

Frases como “Cómprate El Propio para ver a quién bajaron” o “El plomo está bajito, mira el reguero de muertos que trajo El Propio”, denotan una manifestación ciudadana en torno a la problemática social de la violencia que El Propio, quizás sin querer, amplifica. Es claro que sus lectores saben que en sus páginas encontrarán las noticias judiciales de su interés. El registro diario de los muertos en un departamento cuyas rutas del narcotráfico se las pelean las bandas delincuenciales (‘los Urabeños’, ‘los Paisas’ y ‘los Rastrojos’) se convierte en un elemento actuante de la realidad criminal, en una especie de tribuna en la que los villanos se reconocen, se buscan y compiten, además de usarla como medio para extender su terror. Los mismos periodistas de El Propio han conocido, extraoficialmente, a través de fuentes de la inteligencia de la Policía Nacional, que algunos sicarios cobran sus trabajos luego de que el periódico registre sus acciones, publicaciones que los delincuentes llevan a donde sus jefes como prueba fehaciente de cumplimiento.

En este punto del planteamiento resulta revelador lo expresado por el escritor Héctor Abad Faciolince en su columna de opinión titulada “Lo que es con ella, es conmigo”, en la página 32 de El Espectador del domingo 10 de julio de 2011: “Hay un periodismo cómodo para las bandas criminales, para los paramilitares, la guerrilla y los narcos. Es el periodismo que se limita a contar los muertos. Ese tipo de periodismo simplemente sirve de megáfono de las mafias: hace que sus crímenes se vuelvan más aterradores y los ciudadanos más obedientes a las normas de complicidad y silencio que dicta el terror. Si los bandoleros (no importa si se llaman Farc, Auc, Bacrim o ‘La Oficina’) matan a un desobediente (un empresario que no paga vacunas, por ejemplo, o un líder de acción comunal que no comulga con ellos) y el periodismo se limita a registrar la muerte, el número de balas y lo espectacular de la acción criminal, este tipo de noticia es buena para los mafiosos, porque consigue que crezca el miedo. Y ellos viven del miedo”.

Es así como este tipo de periodismo sensacionalista recurre a la espectacularidad como fuente fundamental de información y escarba en el detalle morboso como

atractivo para el público, haciéndole el quite a la investigación profunda que debele los lazos criminales de la delincuencia con el poder y de los delincuentes con sus similares, porque eso significaría exponer la vida de los periodistas y la sede misma del medio de comunicación. Es necesario dejar claro en esta investigación que no es El Propio el que viene de otra región a explotar informativamente los hechos judiciales de Montería y Córdoba, no, sino que hace lo que su filosofía editorial basada en los estándares populares de comunicación le indica. Es oportuno afirmar, entonces, que son las bandas, en su mayoría con sus integrantes del interior del país, las que se aprovechan de las condiciones geográficas del departamento al contar con el Nudo del Paramillo (Alto Sinú) para la siembra de la coca y con cinco municipios (Los Córdoba, Puerto Escondido, Moñitos, San Andrés de Sotavento y San Antero) con salida al mar para la exportación de la droga. Pero el atractivo que les brinda este departamento a los narcotraficantes radica en que entre el lugar en donde se siembra y por el que se exporta hay solamente una hora y media de distancia en carro, facilidad que no hallan en ninguna otra región de Colombia y debido a la cual la zona es peleada con intensidad por estos grupos.

Hay un imaginario colectivo predispuesto a la violencia. Tocado este punto, conviene decir que si bien El Propio amplifica el miedo a través de los registros noticiosos, no es El Propio el que produce ese miedo, sino que este reina en la región desde hace más de 60 años. Este periódico aborda la realidad en función de un principio económico, empresarial, perfectamente válido y ajustado a la ley, y sus publicaciones actúan también como denuncia y alerta social, pues aunque los monterianos y cordobeses saben que las cosas en materia de seguridad están mal, es El Propio el único medio que se atreve a decirlo de frente, con tanta claridad que lo distancia de quienes dirigen la Fuerza Pública en la zona, al mostrar una realidad que ellos intentan ocultar en busca de beneficios políticos. Se genera, entonces, una confrontación de percepciones: por un lado, está el medio que le cuenta a la gente los hechos sin maquillaje, y, por el otro, los oficiales de la Policía y del Ejército que pretenden bajar la angustia al decir que los

crímenes responden “a ajuste de cuentas entre bandidos” y que “son hechos aislados”. Una clara justificación del delito.

Aproximarnos al periodismo como conjunto de prácticas sociales y culturales y como espacio de producción de saberes sociales específicos, requiere una actitud aperturista y flexible que lo considere un conocimiento válido para comprender la dinámica de las culturas populares. Se trata de despojarse de la idea del periodismo como saber de tercer o cuarto orden, y entender la lógica del procedimiento comunicativo como una mezcla de lo que los profesionales suelen entender por los acontecimientos, novedades y estilo periodístico, es decir, se trata de la construcción de relatos a partir de rituales interactivos llevados a cabo por los periodistas (Ortega y Humanes, 2000, citados por López de la Roche, 2003).

Este proyecto pretende articularse en el eje miedo-narración-cotidianidad y busca la relación del trabajo periodístico (forma y contenido) y las posibles lecturas que propicia. Elaboración periodística, artículo escrito y lectura parten de una base cultural común compartida por los habitantes de Montería, independientemente de su ubicación socioeconómica. La idea es explorar lo que significa la práctica de la lectura en los sectores populares, específicamente el vínculo con la sección Tal Cual del diario El Propio. ¿Cómo y por qué leen las páginas judiciales de El Propio los monterianos de sectores populares? Esto implica estudiar el contrato de lectura que Tal Cual establece con su público y examinar las propuestas de identidad que desde esa sección se permean, se re-elaboran y se aprueban. Por lo anterior, es necesario hacer dos consideraciones. Una, que “Análisis recientes muestran que ‘toda lectura modifica su objeto’ que (Borges ya lo decía) ‘una literatura difiere de otra menos por el texto que por la forma en que se lee’, y que finalmente, un sistema de signos verbales o icónicos es una reserva de formas que esperan sus sentidos del lector” (Sunkel, 2001).

Y dos, la lectura de la prensa sensacionalista se caracteriza porque articula relaciones entre lo masivo y lo popular. Ya que, tras la aparición de las masas urbanas^s, lo popular ya no es lo mismo. En otras palabras, estudiar lo popular desde lo masivo, no significa automáticamente alienación o manipulación irremediable de los medios sobre la gente, sino unas nuevas condiciones de lucha, un nuevo modo de funcionamiento de la hegemonía de la elite (Martín Barbero, 1987). Las dos consideraciones tienen que ver con una lógica cultural, con una dinámica cotidiana que existe en la sección Tal Cual. Se trata de “una estética melodramática que altera la separación racionalista entre temáticas serias y las que carecen de valor, que se atreve a tratar los hechos políticos como hechos dramáticos y a romper con la ‘ideología de la objetividad’” (Sunkel, 2001). Esto está relacionado con que Tal Cual se inscribe en una lógica cultural que opera por imágenes y situaciones, y que, rechazada del mundo de la educación formal y la política seria, sobrevive en el mundo de la industria desde el cual sigue siendo un poderoso dispositivo de interpelación de lo popular, que se concreta cuando el potencial lector comenta en tono amenazante y/o jocoso: “¡Vas a coger Propio!”.

Salir en la sección judicial de El Propio, reservada a hechos de criminalidad en su mayoría, y a accidentes o tragedias, en menor medida, conlleva una connotación de deshonor social, de desprestigio, de crítica y exhibición. Un individuo en cuya fotografía salga con el letrero de la Policía Nacional detrás, esposado, metido en una patrulla o rodeado por gente en actitud de linchamiento queda inmediatamente marcado como ‘indeseable’ para la sociedad. Se entiende entonces que una de las razones para leer la sección judicial de El Propio responda a la necesidad de saber quién salió en esas páginas, por qué razón, cuál será su castigo. Ese interés lo encierra la frase amenazante y/o jocosa “¡Vas a coger Propio!” , que se emplea en la narrativa oral de los sectores populares monterianos como punzada en discusiones o como recurso humorístico en conversaciones de amigos. Los habitantes de estos sectores que leen la sección Tal Cual de El Propio buscan conocer los detalles del mundo criminal y los dramas

de sus protagonistas. Se adentran así a un mundo prohibido. Pensar cómo lee el lector de Tal Cual significa ir más allá de la lectura individual y solitaria, para detenerse en los diálogos e intercambios de ideas que se suscitan entre los lectores. La conversación pasa a ser el 'lugar colectivo' en el que se re-elaboran los sentidos cotidianos de Tal Cual.

1.4 Condiciones de recepción del público

EL MERIDIANO es el primer medio impreso diario del departamento. Antes existieron semanarios y otros que circulaban cada dos o tres días como Poder Costeño. Es EL MERIDIANO el medio de comunicación que impone la lectura en todos los sectores de la sociedad cordobesa, cuyos niveles educativos han sido históricamente bajos, solo superado por Chocó, y para tal propósito privilegia en sus páginas comunitarias las necesidades y expectativas de los sectores populares y las abandera como causa propia. Como no existía una costumbre de lectura, EL MERIDIANO, desde sus comienzos, ha mantenido un tipo de letra un poco más grande que el del resto de los periódicos regionales colombianos, la Century T Light, 11,7, para facilitar la práctica e imponer el hábito; y para hacer más agradable el uso, el espacio entre las líneas de los párrafos es más amplio.

Al crearse El Propio, 12 años después de la fundación de EL MERIDIANO, existía ya una tradición de lectura especialmente en los sectores populares más deprimidos de todo el departamento de Córdoba, pero aún más en los barrios de Montería, que se venían sintiendo muy representados en las dos páginas llamadas Barrios, en las que se veían, a través de las cuales exigían y adelantaban procesos comunitarios de toda índole. En estas comunidades EL MERIDIANO también creó la costumbre de leer la página Judicial, en la que se da cuenta de los hechos criminales diarios. El Propio, entonces, encuentra un público formado ya por el principal medio de su casa matriz y empieza a explotar las características socioculturales de ese público, a mediarlas y a devolvérselas transformadas en información.

Montería y Córdoba han sido siempre en su amplia zona rural, epicentro de la oralidad y su cultura. Abundan aquí los cantautores populares como Pablito Flórez (q.e.p.d.), quien le puso letra al porro, género musical de la región; María de los Santos Solipá (q.e.p.d.), intérprete de cantos de vaquería; Ricardo Olea, decimero y verseador; David Sánchez Juliao (q.e.p.d.), conocido en el continente como “el brujo de la oralidad”, autor de dos piezas fundamentales de la cultura oral cordobesa y costeña: los personajes literarios El Flecha y El Pachanga, entre otros. Córdoba ha sido siempre la Capital Ganadera de Colombia. Y la agricultura y la ganadería han sido desarrolladas por grandes terratenientes, pero más por campesinos que han explotado el canto, el verso libre y la cuentería como expresiones artísticas y a la vez como fuente de autoproclamación, forma de placer y compañía. Por los campos cordobeses y por las fincas y haciendas incluso muy cercanas al casco urbano de Montería, se escucha a los vaqueros arriar el ganado a punta de versos en los que van contando el acontecer diario y en los que se puede deducir el estado de ánimo del cantor.

“Acompañar la brega del ganado con voces, cantos o exclamaciones ha sido una vieja tradición entre los pobladores de las zonas ganaderas de la Costa Caribe. Esta clase de interpretaciones, con supervivencias españolas en la manera como se arrastra la voz y en los arabescos del canto, fueron adoptadas y transformadas por los grupos de mulatos y zambos del litoral. La ejecución de las glosas se efectúa con una entonación más bien simple del cantador, quien improvisa de manera individual y a capela las coplas, quintillas o sextillas. La décima o espínela es la forma poética más común de las vaquerías. Dicha métrica se estructura sobre la base de la concordancia entre los versos, debiendo rimar el primero, cuarto y quinto; el segundo y tercero; el sexto, séptimo y décimo, y el octavo con el noveno. Dicho arreglo estructural exige de una memoria excepcional por parte de los glosadores, quienes al alargar los sonidos de forma particular generan una atmósfera que se caracteriza por su dejo especial. En las sabanas de Bolívar y en Córdoba los intérpretes de cantos de vaquerías sobresalen porque son

verdaderos prodigios por su habilidad. Los textos usados pueden ser como el siguiente:

¡Haaale! ¡Haale! ¡Mariposa!

que ya vamos a llegar;

¡Uy! ¡Jujuy! mi compañera

ya te vamos a ordeñar...”

(El Tiempo, Bogotá, junio de 2001.

<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/etnias/1604/article-85705.html>)

Los cantos de vaquería y la décima fueron a Córdoba lo que la “lira popular” fue a Chile a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. En ese país esta expresión artística es un antecedente popular de la prensa sensacionalista. En efecto, la lira popular es escrita, aunque su modo de difusión es oral. La lira es “leída, declamada o cantada” en lugares públicos: en la calle, en la estación de ferrocarril, en el mercado. La necesidad de la lectura en voz alta y del canto se deriva de que el público de la lira es fundamentalmente analfabeto. El sujeto que lee es el poeta popular, el mismo que escribe los sucesos en versos (Sunkel, Guillermo 2001)

Porque leer para los habitantes de la cultura oral es escuchar: se trata de una lectura sonora y cuyo soporte no son los textos escritos, sino los paisajes sonoros y los mensajes que en él circulan. Como la de los públicos populares en el teatro y aún hoy en los cines de barrio, con sus aplausos y silbidos, sus sollozos y sus carcajadas. Lectura, en fin, en la que el ritmo no lo marca el texto, sino el grupo, y en la que lo leído funciona no como punto de llegada y cierre de sentido, sino al contrario, como punto de partida, de reconocimiento y puesta en marcha de la memoria colectiva, una memoria que acaba rehaciendo el texto en función del contexto, reescribiéndolo al utilizarlo para hablar de lo que el grupo vive (Martín Barbero, 1987: 115, citado por Sunkel).

En ese sentido, a su llegada El Propio halla un terreno abonado de narración popular proveniente de los campesinos, de hábito de lectura cedido por la página

Judicial de EL MERIDIANO y un interés por los hechos criminales, dada la histórica vinculación de sus habitantes al conflicto armado ya sea como víctimas o victimarios. Entonces, El Propio penetra con fuerza en una sociedad en plena transición de los signos rurales a los signos urbanos, superando en número de circulación al mismo MERIDIANO (El Propio, 22.000 diarios, EL MERIDIANO, entre 15.000 y 17.000) y logra despertar interés social al publicar noticias utilizando los recursos narrativos de la hipérbole, los símiles jocosos y las metáforas estrambóticas, principalmente en la sección Tal Cual, que es el objeto de este estudio. El Propio es un medio vespertino y una vez sale a la calle pasadas las 2:00 p. m. todos los días se observan por toda Montería a grupos de ciudadanos conversando las noticias y completándolas desde su experiencia personal: lo que ellos saben de antemano que los periodistas de El Propio ignoraron, recordando anécdotas del muerto muy conocidas allá en el barrio, relatando con más detalles los hechos de que trata la noticia al haber sido testigos, e incluso pronosticando sucesos (desenlaces) que muy posiblemente se desencadenarán a raíz de un acontecimiento leído. En esos espacios se arman discusiones, los lectores analizan, despotrican y hasta ‘bendicen’ acciones catalogadas como ‘buenas’, especialmente aquellas en las que un ciudadano de bien, luego de una rápida reacción, se impone ante un delincuente, ya sea escapándosele, capturándolo o dándolo de baja, circunstancias en las que prevalece la expresión “¡Cogió Propio por marica!”. En esos grupos circula la expresión “¡Vas a coger Propio!” y la pregunta “¿Quién cogió Propio hoy?”. Ante esta pregunta está la expectativa de descubrir quién “peló el cobre”, quiénes fueron los villanos que se dejaron pillar. En detalle, la expectativa relaciona a los sujetos que aparecen en la noticia con lectores inmediatos y con los lectores mediatos. En esa medida, se construye la lectura de las notas alrededor del miedo. De modo que los lectores son inmediatos o mediatos dependiendo de la distancia que guardan con el entorno sociocultural en donde se desarrolla la mayoría de las noticias de Tal Cual.

1.5 El miedo como mediador de noticias

La tarea de completar el sentido de las noticias es hecha desde el miedo colectivo. Si bien en un mismo territorio urbano confluyen diversos puntos de vista, es el miedo un elemento común a todos ellos. A través del miedo se relata la ciudad y la amenaza generalizada que supone, pero, en grados desiguales dependiendo de la experiencia cultural del lector. Se trata de un miedo encriptado en el código de Tal Cual, que vincula a los periodistas con los lectores, y que comparten los habitantes de la ciudad.

Este miedo encriptado se instala en las expectativas compartidas por emisor y receptor y se puede referenciar en la forma y en el contenido de las noticias. La forma supone una tensión entre el acontecer y el prever; es decir, el acontecer es lo novedoso, lo incierto o inesperado que se prevé sometiéndolo al formato periodístico en su género informativo, tratamiento fotográfico y diagramación. Esta tensión conduce a rituales que se concretan en las rutinas profesionales para la confección de noticias. El contenido supone la tensión entre el acontecer y el creer. Donde el creer está constituido por el conocimiento previo, creencias o concepciones que habitan en el público lector y en el periodista. Esta tensión conduce a los mitos, donde subyacen explicaciones y justificaciones de los fenómenos sociales. Los mitos se manifiestan en lo que no se dice en las noticias y contienen valores que casi siempre favorecen el *statu quo*.

Las expectativas compartidas se generan a partir de las mediaciones estructurales (que confeccionan la forma) y las mediaciones cognitivas (que confeccionan los contenidos) (Martín Serrano, 1997). Las expectativas ligadas a los mitos, mediaciones cognitivas o contenidos noticiosos se instalan en “lo no dicho”. Se sabe de antemano a la lectura de Tal Cual de El Propio que el perfil de la mayoría de los sujetos que aparecen son hombres, negros o distintos a la raza blanca, pobres, de escasa preparación educativa, jóvenes entre los quince y cuarenta años, con antecedentes penales, casi siempre tienen un alias, residente en los

sectores populares de Montería o de los municipios cordobeses, con aspecto áspero, duro y descuidado. Son hombres casi todos con cabello a ras, mirada desafiante. Puede pensarse en el mito del villano, en contraposición al mito del héroe y producto del rito es la confección del periódico mismo que privilegia la fotografía y la espectacularidad del horror a través de la imagen.

1.6 Investigar a los lectores de Tal Cual

En la práctica de la lectura de Tal Cual de El Propio tiene lugar una fractura social histórica. De un lado están instalados los lectores de 'prensa seria' (EL MERIDIANO, El Tiempo, El Espectador) que también consumen los relatos sangrientos de El Propio, y de otro lado, se encuentran los lectores de los hechos sangrientos y policiales que se concentran en Tal Cual. Los lectores de 'prensa seria' prefieren los sucesos políticos y las páginas sociales en donde la gente se muestra feliz y a la moda, una realidad que les pertenece, los consumidores de informaciones judiciales se adentran en entornos 'cercaños' de fácil acceso pues hallan ahí elementos que los identifican, códigos y referentes que los circundan desde siempre. Este último lector es quien cuenta con mayor información sobre el ritmo violento de la ciudad porque la padece y El Propio contribuye a que se forme un relato cotidiano de dicha violencia. Un relato de sangre que se escribe, se lee y se vive de acuerdo a ciertas prácticas culturales donde el miedo es el eje central.

Con base en la anterior descripción de elementos, surge la pregunta - problema que es adonde apunta esta investigación: **¿En qué consiste la relación entre las noticias judiciales de El Propio y las prácticas de lecturas que lleva a cabo el público consumidor de los sectores populares de Montería?** Con este interrogante se pretende orientar el proyecto, desde la sociología de la cultura, la cual se interesa por indagar los significados producidos por los conglomerados sociales teniendo en cuenta su devenir histórico. De otra parte, la pregunta supone un interés por comprender las relaciones que ocurren entre mundo de los periodistas, mundo de los lectores y las mediaciones que ocurren entre ellos; es

decir, se trata de indagar qué tipo de selecciones y descartes se hacen frente a los mensajes al momento de confeccionarse o al momento de consumirse. La apuesta es que ese tipo de mediaciones son prácticas culturales cuyo hilo conductor es el miedo colectivo; estas mediaciones son formas de relacionarse con la ciudad escindida donde es importante lo que se dice, pero también, lo que deja de decirse o de mostrarse.

De este interrogante se derivan tres específicas más que nos adentran al asunto estudiado con mejor perspectiva, que son:

- ¿Cuáles son los principales factores que inciden en la producción de la noticia que se confecciona en la sección Tal Cual de El Propio?
- ¿Cómo son llevadas a cabo las mediaciones cognitivas y las mediaciones estructurales dadas en el mundo de los periodistas que confeccionan la sección Tal Cual del vespertino El Propio de Montería?
- ¿Cuáles son las lecturas dominantes que aparecen con la recepción de la sección Tal Cual del vespertino El Propio, teniendo en cuenta los distintos públicos que los consumen y que caracterizan las distintas visiones de ciudad que habitan Montería?

2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de investigación se justifica de acuerdo con tres tipos de aportes. Uno. Para contribuir al fortalecimiento de la línea de investigación “Comunicación, Cultura y Cambio Social” según la perspectiva de un fenómeno comunicativo, periodístico y de la cultura popular como es el caso de El Propio en Montería. Dos. Para comprender los vínculos más significativos entre la producción, la circulación y el consumo de mensajes de la crónica judicial en el proceso de formación urbana de una ciudad del Caribe colombiano como Montería. Tercero. Contribuir al impulso de la investigación profesional sobre medios, cultura y sociedad en Montería y el departamento de Córdoba.

Con respecto a la primera justificación, tenemos que el trabajo de investigación de la maestría se enmarca dentro de la línea Comunicación, Cultura y Cambio Social. Desde esta perspectiva se enfatiza la reflexión y la investigación, desde la comunicación, de los procesos de construcción de representaciones sociales, construcción cultural, formación ciudadana y opinión pública, enfatizando que estos procesos tengan incidencia en las políticas públicas y en las transformaciones políticas, económicas y sociales de las comunidades. En virtud de lo anterior, este proyecto apunta a estudiar la formación de la opinión pública a partir de la relación entre prensa y sectores populares de la ciudad de Montería. En otros términos, conocer la mencionada relación implica interrogar las mediaciones que ahí acontecen con respecto a la producción de noticias y sus distintas lecturas, lo que viene a incidir en la aparición de visiones sociales sobre el fenómeno cultural-urbano. Allí podemos destacar la actualización de los mitos, los cuales reafirman las prácticas tradicionales de exclusión, desigualdad y prejuicios. Así mismo, dichas mediaciones ponen en evidencia referentes que son de relevancia cognitiva, a nivel colectivo; es decir, con esta investigación pretende aportar elementos teóricos, prácticos y metodológicos que interroguen dicha relevancia cognitiva, a partir de la producción social de sentido que supone la

comunicación y, de esta forma, robustecer el debate del estudio de las noticias y su público en el marco de la Maestría en Comunicación de la Universidad del Norte y en la comunidad académica regional, nacional e internacional.

Un segundo aporte interroga el proceso comunicativo en la producción de noticias en el ámbito de los sectores populares de Montería. El interés principal está en comprender aquellos vínculos entre el mundo del periodismo y el mundo de la subjetividad popular. En ese sentido el aporte que se pretende apunta a revisar el fenómeno de reciclaje cultural que pone a interactuar los elementos narrativos y formales que habitan en ambos mundos, es decir, lo popular y la industria periodística. Entre otros aspectos, hay que destacar en esta dinámica de reciclaje cultural la acción hegemónica de los medios frente a sus públicos, la cual desata un proceso de negociación sociocultural en donde concurren una serie de concesiones que apuntan a validar y legitimar el *statuo quo* que caracteriza a la sociedad monteriana, la cual se encuentra inmersa en un acelerado proceso de urbanización y reconfiguración de las formas de consumo y sus implicaciones en el vuelco de las costumbres, donde lo tradicional no desaparece sino que se reacomoda en un nuevo lugar social, para convivir con las manifestaciones de la modernidad.

La tercera justificación pretende aportar elementos para el desarrollo de la investigación social, cultural y en comunicación teniendo como objeto y sujeto la sociedad monteriana. En ese sentido, esta investigación pretende postularse como un referente para formalizar este debate desde el ámbito académico. Al respecto, hay que tener en cuenta que Montería y Córdoba son territorios ubicados en la periferia extrema, en medio de la contradicción que supone nuestra inserción en la dinámica de la economía mundo. Los mitos, representaciones y creencias de este momento del capitalismo, al parecer llegan con fuerza intrépida y desbordante a través del consumo a la sociedad cordobesa y monteriana. No obstante, hay que precisar que más que el poder del consumo llega de forma abrumadora sus signos a través de marcas, centros comerciales, modas y estilos de vida; los cuales,

convergen en la agenda noticiosa que consumen los sectores populares de Montería. Así tenemos que las gentes se ven recurrentemente seducidas por el mundo cómodo, limpio y eficiente que ofrece el mercado; interpeladas a practicar nuevos comportamientos y a apropiarse de nuevos lenguajes; pero, al mismo tiempo, estos elementos convergen con las dinámicas de la desigualdad, del narcotráfico y el conflicto armado que aparecen relatadas en la agenda noticiosa de un periódico como El Propio, en el marco de la vida cotidiana.

Estas tres justificaciones intentan insertar esta investigación en el debate de los estudios culturales enfocándonos en la relación entre prensa y sectores populares en un territorio lleno de conflictos y contradicciones entre lo tradicional y lo moderno, entre lo rural y lo urbano, entre lo mítico y lo racional. Buen ejemplo de lo anterior lo constituye un titular publicado en El Propio en el mes de febrero del año 2012: “Errrrrdaaaa, ¡Montería ya tiene McDonald’s!”.

3. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE

Tres son los términos conceptuales que forman este marco teórico, con los que se pretende interrogar una dinámica comunicativa que abarca el mundo del periodismo y sus vínculos con el mundo de la cultura popular, que es donde habitan los lectores de El Propio, en la ciudad de Montería. La primera teoría tiene que ver con la Sociología de la producción de medios con la cual se pretende comprender las actividades del emisor en la producción de noticias. Por su parte, la teoría de la mediación de los medios nos servirá para indagar la forma y el contenido de los mensajes. Y, por último, los términos de la circularidad y la apropiación concurren para dar cuenta de las lecturas que se suscitan en los receptores, no sólo sobre el periódico investigado, sino también, sobre la ciudad y lo que significa vivir en ella.

3.1 Sociología de la producción de medios.

La teoría de la sociología de la producción de medios se orienta de acuerdo con un interrogante: “¿Qué factores, desde adentro y desde afuera de las organizaciones de medios, afectan el contenido de los mensajes?” (Shoemaker y Reese, 1991; Lozano, 2007: 36). Dicho lo anterior, los autores proponen un modelo jerárquico de influencias en el contenido, los cuales, se plantean en cinco niveles. Nivel 1. Factores individuales. Nivel 2. Procedimientos de los medios. Nivel 3. Organizacional. Nivel 4. Extramedios. Nivel 5. Ideológico. El Nivel de factores individuales se refiere a las características personales del individuo periodista, los cuales, van a incidir en su visión del mundo, de la sociedad, de las personas y de los acontecimientos que se dan en la vida cotidiana y que son susceptibles de ser noticias. Los factores que se encuentran en este nivel, son: sexo, edad, clase social, educación, valores personales y creencias, actitud política personal, orientación religiosa y valores profesionales. De manera, pues, que una visión del oficio periodístico tiene un profesional empírico, hombre adulto y de provincia y, otra visión muy distinta, puede tener una mujer, joven,

universitaria y de costumbres más modernas. Dichas visiones inciden en el producto noticioso y su sentido.

Los elementos que conforman el nivel de rutinas de trabajo, son: Horarios, cargas laborales, transporte de los reporteros, canales oficiales rutinarios y roles profesionales y ética profesional. En general, las condiciones de trabajo en que los periodistas se desempeñan en la producción de mensajes, incide en los mismos, en virtud de los procedimientos para recopilar y procesar la información. Más que cazadores de noticias con gran olfato para capturar historias, la teoría sostiene, que los periodistas son recolectores rutinarios de hechos y acontecimientos que acuden a fuentes fijas que les imparten, en muchos casos, información propagandística (Lozano, 2007; 47). Lo anterior se fundamenta en la necesidad de las organizaciones periodísticas en asegurar un mínimo de materia prima para operar y producir las emisiones diarias de contenido noticioso. De hecho Schudson, en su artículo Los significados sociales de las noticias (1997: 7- 23) plantea tres mitos del sujeto periodista frente a su oficio:

Mitos sobre las noticias y los periodistas	
Mito 1	La noticia es algo tangible “allá afuera” que los periodistas reconocen cuando la ven.
Realidad	Los periodistas aplican criterios mutuamente consensuados para observar, interpretar y representar los eventos sociales
Mito 2	Hay eventos que naturalmente contienen valores que los hacen más noticiosos que otros
Realidad	Los valores son construcciones sociales aceptados informalmente y en consenso por los periodistas
Mito 3	Los periodistas pueden ser objetivos frente al mundo que observan y sobre el que reportan
Realidad	Los periodistas no pueden despojarse de sus creencias aprendidas socialmente sobre cómo funciona el mundo.

Fuente: Teoría e investigación de la comunicación de masas, 1997; pág. 49

Los periodistas, pues, no portan verdades objetivas, son constructores de un producto moldeado por una variedad de fuerzas sociales (Lozano, 49).

Con respecto al nivel de la organización misma, tenemos entre los factores que la componen, los siguientes: Política interna, recursos asignados, servicios informativos, infraestructura, tiempo o espacio asignados y condicionante individuales de los dueños o directores. El principal objetivo de las organizaciones es el económico, entre otras metas como generar un producto de calidad, servir al público y lograr el reconocimiento profesional (Shoemaker, Reese, 1994; Lozano, 2007, pág. 54). De manera, pues, que las prioridades de la empresa son más compatibles con el rendimiento económico que con la promoción del bien común a través de la prensa, siendo, este esquema de prioridades, uno de los factores que inciden críticamente frente a lo que se publica, o no, y de qué forma. Los factores que inciden en el nivel extramedios, se refieren al contexto en que la organización noticiosa y sus periodistas producen las noticias. Estos factores, por lo general, son los políticos, los económicos y la competencia de otros medios. El factor ideológico se refiere a la visión y posturas políticas y culturales manifestadas en los esquemas mentales del periodista frente al acontecer. Factores ideológicos como el neoliberalismo, el sistema económico mundial, la relación centro – periferia, la modernidad y su relación con la tradición, el machismo, el extranjerismo, o los sistemas clientelares, condicionan, en el plano subyacente, los mensajes producidos por los periodistas. Estos cinco niveles condicionantes de la producción noticiosa servirán para

3.2 La mediación de los medios

Serrano (1997) establece que la teoría de la mediación social ofrece un nuevo objeto para las ciencias sociales: el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de los modelos culturales y de sus funciones. Los conceptos que estructuran el cuerpo teórico de este proyecto, se

basan principalmente, en el mencionado enfoque, los cuales se relacionan a continuación:

- Cambio funcional: Este concepto se refiere al oficio de los medios de identificar cambios en el entorno. Lo anterior ocurre en virtud de la presión de lo que ocurre sobre los medios de comunicación, por reclamar un espacio o tiempo informativo para dar cuenta del devenir socio-político.
- Cambio Institucional: Se refiere a las nuevas relaciones que emergen entre el sistema social y el sistema de comunicación a partir de la transformación del entorno. Lo anterior desplaza a los medios de su posición social, como cualquier otro sujeto de cambio histórico. La supervivencia de cada medio se identifica con el rumbo que marcan los cambios sociales.

Según Serrano (1997), la participación de los medios de comunicación masiva en la elaboración de las agendas mediáticas inicia cuando la institución mediadora - en nuestro caso el periódico El Propio- selecciona determinados acontecimientos para hacerlos públicos. En la teoría de las mediaciones Serrano (1997) continúa explicando que la tarea específicamente comunicativa comienza cuando los emisores eligen, en el marco de ese acontecer público, determinados objetos de referencia. Serrano agrega que los datos deben expresarse en un soporte material que en el caso de El Propio es el papel periódico, en formato tabloide. Esta tarea comunicativa de los medios son operaciones de mediación y son precisamente estas las que ocurren antes, durante y después, según la dinámica comunicativa del periódico. Las operaciones mencionadas son:

- Mediación Cognitiva de los medios de comunicación opera sobre los relatos, ofreciendo las audiencias modelos de representación del mundo.

Esta mediación está orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias, aunque para proporcionarle ese lugar sea preciso intentar la transformación de esa concepción del mundo.

- Mediación Estructural de los medios opera sobre los soportes, ofreciendo a las audiencias modelos de producción de comunicación. Esta mediación está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas de cada medio productor.

La operacionalización informacional, o “el qué”, se distingue por la mitificación que implica una tensión entre la *novedad//banalidad* de los datos de referencia, los cuales son los puntos más significativos en el contenido de los relatos periodísticos y que implican al público de manera directa. De otra parte, se distingue la ritualización, o “el cómo”, la que se caracteriza por la confección de productos comunicativos, lo que técnicamente se realiza de acuerdo con la dimensión *relevancia//irrelevancia* en la presentación de datos de referencia. Estas dimensiones, la cognitiva y la estructural, se derivan de una más general que subyace en la comunicación: el juego y las tensiones entre la redundancia y la información (entropía).

- Acontecer Público: este concepto se refiere a determinados *emergentes* que ocurren en la realidad social. Lo *emergente* constituye el acontecer público donde los profesionales de los medios de comunicación, operacionalizan las mediaciones. En otros términos, los periodistas seleccionan los *emergentes* que hacen participar al medio de comunicación en el acontecer público. Es así como la “tarea mitificadora” llevada a cabo por el medio de comunicación se da en la tensión entre *acontecer//creer*. Y la “tarea ritualizadora” se da en la tensión entre

acontecer//prever. Asimismo el objeto sobre el que se llevan a cabo las tareas de mitificación y ritualización es el *producto comunicativo*; el cual desde el punto de vista de las representaciones consiste en un repertorio de datos de referencia relativos al acontecer público a propósito del que se comunica.

El anterior concepto sirve para llevar a cabo la denominada técnica de análisis de contenido a la que Serrano (1997) llama “métodos de análisis de las representaciones del relato” y también para aplicar las técnicas de “análisis formal” las que el mencionado autor denomina “métodos de análisis material” de las expresiones comunicativas y los productos comunicativos. De manera que el llamado acontecer público se caracteriza de acuerdo con la teoría de las mediaciones, por los mitos y ritos que subyacen en el producto comunicacional que circula en la sociedad. En otros términos, el acontecer público es producido por la mediación de los medios. Para el propósito de este proyecto de investigación el concepto de producción del acontecer público facilitará la fase de interpretación sobre la relación entre lo que acontece, las mediaciones comunicativas dadas en las prácticas periodísticas en El Propio y las representaciones que desde la prensa escrita se construyen en la vida cotidiana de la ciudad de Montería.

3.3 Circularidad, apropiación y lecturas.

Otra teoría basada en la hegemonía gramsciana es la que propone Michael de Certeau. Se trata de la teoría de los *usos como operadores de apropiación* que, siempre en relación a un sistema de prácticas pero también a un presente, a un momento y un lugar, instauran una relación de *sujeto con los otros*. Desde ahí se hace la pregunta: ¿qué hace la gente con lo que cree, con lo que compra, con lo que lee, con lo que ve? Lo anterior sugiere un “modo de hacer” caracterizado más por las *tácticas* que por las *estrategias*. Estrategia es el cálculo de las relaciones de fuerza “que posibilita la posesión de un lugar propio, el cual sirve de base a la

gestión de las relaciones con una exterioridad diferenciada. Táctica es, por el contrario, el modo de operación, de lucha de quien no dispone de lugar propio ni de frontera que distinga al otro como una totalidad visible” (De Certau, 1983). Esto hace de la táctica un modo de acción dependiente del tiempo, muy poroso al contexto, sensible especialmente a la ocasión (Martín-Barbero, 1987).

Vale la pena relacionar lo que implica la noción de táctica con la actividad lectora de la audiencia de El Propio respecto a sus rituales, prácticas y escenarios que se inscriben en lo efímero, pero, que por ello no deja de ser sujeto histórico, o sujeto memoria. Martín-Barbero relaciona la táctica con la práctica de lo popular como modos de leer-escuchar de la gente no-letrada interrumpiendo la lógica del texto y rehaciéndola en función de la situación y las expectativas del grupo (Martín-Barbero, 1987). Así las cosas, es coherente pensar en el público de El Propio como invento de la industria periodística, cuyo ejercicio implica modos de leer-escuchar y de resignificar los mensajes que por ahí transitan. La noción de usos sociales, entonces, permite sacar el tema de la recepción del espacio acotado de la comunicación y reubicarlo en el campo de la cultura: pero también permite redefinir la noción de consumo como proceso de producción de sentido y, de esta manera, abordar e indagar sobre las lógicas de los usos en cuanto las competencias textuales del receptor-lector y su relación con las diferencias sociales. Martín-Barbero, por ejemplo, da cuenta de los usos sociales en la televisión y plantea que: “Los *habitus* de clase atraviesan los usos de la televisión, los modos de ver, y se hacen manifiestos en la organización del tiempo y el espacio cotidiano [...] La lectura de la topografía posibilita el establecimiento de una topología simbólica configurada por los usos de clase. Del mismo modo es posible trazar una tipología social de los tiempos” (Martín-Barbero, 1987). El análisis de los usos sociales también remite a “la *competencia cultural* de los diversos grupos que atraviesa las clases, por la vía de la educación formal en sus distintas modalidades, pero sobre todo las que configuran las etnias, las culturas regionales, los dialectos locales y los distintos mestizajes urbanos con base a aquellos. Competencia que vive de la *memoria* –narrativa, gestual, auditiva– y

también de los imaginarios actuales (Martín-Barbero, 1987). Por su parte, indagar las lecturas y los procesos de apropiación social del producto noticiosos de El Propio, implica categorizarlos a la luz de los testimonios del público. Tales testimonios pueden agruparse en una serie de categorías – sentidos, originalmente propuestos por la investigadora argentina María Cristina Mata, a partir de su trabajo, “Radio: memorias de la recepción. Aproximación a la identidad de los sectores populares” (1999; 295). Mata se propuso recuperar las marcas de recepción de los oyentes de radio de la provincia de Córdoba a mediados del siglo XX, con miras a situar históricamente su constitución como sectores populares y su relación con los medios de comunicación. Dichas marcas de recepción son orales, con las que se busca, más que unos acontecimientos en sí mismos, el significado para quienes los protagonizaron; no tanto hechos, sino unas representaciones sociales (Mata, 1999; 305). Las cuatro categorías – sentido propuestas por Mata donde se inscriben las marcas de recepción, son adaptadas, para los fines de este trabajo, de la siguiente manera: Esfera del consumo material; Acceso al consumo cultural; Acceso al saber; y, Vínculo entre periodismo, a nivel popular, con un imaginario de dignificación. Estas categorías tienen como fuente principal testimonios de ciertos informantes claves, seleccionados, entre otros atributos, por su capacidad de recordar aspectos que tienen que ver con la experiencia cultural de recepción de El Propio en Montería y que, además, pertenecen a los sectores populares. La categoría de Acceso al consumo cultural tiene que ver con las prácticas y rutinas del consumo del periódico por los distintos sectores y barrios de la ciudad. La categoría de Acceso al consumo cultural, apunta a develar la formación del gusto popular a partir de la recepción de El Propio y su repercusión en los estilos de comunicación que aparecen en los sectores populares de Montería y, en la sociedad en general. La categoría de Acceso al saber se refiere, al código popular que cifrado en la relación entre relato periodístico y sus prácticas en la vida cotidiana en el plano de la sabiduría popular y su narrativa, lo que valida a las noticias en espejos, reflejos y lecciones de la vida. La categoría de Vínculo entre prensa, a nivel popular, con un imaginario de dignificación tiene relación con la ética de la tenacidad, con el

referente en que se constituyen las historias del periódico frente al esfuerzo, el riesgo, la abnegación, la resignación, el sacrificio y el surgimiento desde abajo entre otras y muchas manifestaciones y actitudes de la supervivencia propia del mundo de lo popular. Con estas cuatro categorías, se pretende obtener una visión verosímil de la memoria popular que se forma a partir de la apropiación social de los relatos noticiosos de El Propio, en los sectores subalternos de Montería. De esta manera, esta investigación apunta a instalarse en el modelo de los usos y las mediaciones, previamente explicitado, teniendo en cuenta el consumo cultural, como veremos más adelante.

3.4 Estado del Arte

El Estado del Arte se presenta de acuerdo con la interacción entre el términos consumo cultural, de acuerdo por lo establecido por el sociólogo Guillermo Sunkel, y nuestros intereses investigativos cuyo hilo conductor está conformado por la relación entre el mundo del periodismo y el mundo de la cultura popular. En esta relación acaecen una serie de fenómenos y dinámicas como son las interacciones entre lo industrial y lo masivo, lo culto y lo popular, lo alto y lo bajo, lo tradicional y lo moderno. Estas interacciones a su vez suponen mediaciones que son llevadas a cabo tanto en el proceso de la producción de noticias, como en el proceso del consumo de las mismas. Las mediaciones, como ya hemos visto, ocurren según un proceso de selección y descartes de elementos que llevan a cabo los sujetos para confeccionar o para leer un texto. La operativización de las mediaciones está profundamente marcada por las prácticas culturales, las creencias y las rutinas en el marco de la vida cotidiana y en contextos densamente urbanos o en proceso de serlo. Dicho lo anterior, vale la pena destacar que son los mensajes de la prensa o de la crónica judicial el material privilegiado con miras a ser investigado respecto a su incidencia en las subjetividades populares; sin olvidar que las noticias de violencia urbana, casi siempre vienen acompañadas por un repertorio temático de sexo, deportes, farándula, esoterismo y entretenimiento como los crucigramas y otros juegos.

La relación que asume el público receptor de El Propio está mediada por una dimensión simbólica que se objetiva en el devenir diario de la cotidianidad, en los modos de contar la ciudad, en el castigo o sanción social que implica salir en este periódico in fraganti, capturado o en alguna otra acción que denote ridiculez, exhibición bochornosa o escarnio público. En esa dimensión simbólica también está presente la connotación propia surgida a partir de los comentarios, chismes y rumores, y todo esto está implícito en la re-elaboración de las informaciones, en las fragmentaciones socio-espaciales de la ciudad, en los brotes y latencias del miedo. Estas consideraciones pretenden ubicar la investigación en el campo del consumo cultural.

Para acercar lo anterior al problema del consumo cultural, hay que tener en cuenta tres factores. En primer lugar, el agotamiento del análisis estructural de los textos de la cultura de masas. En segundo lugar, el reconocimiento de que existe un profundo desconocimiento sobre lo que ocurre del lado de los públicos. Y, por último, la percepción de que una política cultural democrática requiere superar las formulaciones dirigistas y vincular orientaciones globales con demandas reales de una diversidad de segmentos de la población (Sunkel, 2001).

Néstor García Canclini considera, por ejemplo, a la “noción de consumo como el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; como lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos; como sistema de integración y comunicación; como proceso de objetivación de deseos; y como proceso ritual. Concluye que si bien cada uno de estos modelos es necesario para explicar aspectos del consumo, sin embargo ninguno de ellos es autosuficiente” (García Canclini, citado por Sunkel: 1991). Sunkel cruza la anterior revisión del concepto de consumo con las consideraciones de Mary Douglas y Baron Isherwood, en las que manifiestan que “el consumo de cualquier tipo de bienes es una *práctica cultural* en tanto las *mercancías sirven para pensar*, son los medios no verbales de la facultad creativa del género humano” (1991). De ahí que pueda comprenderse el consumo como

espacio de comunicación entre los individuos donde se construyen significados y sentidos del vivir, a través de la apropiación y el uso de bienes.

Un terreno interesante de posibilidades de investigación fue desplegado a partir de la iniciativa que tiene como principio repensar el consumo. Ese ‘repensar’ hizo que los investigadores no se quedaran en el puro análisis del consumo, sino que delimitaran el objeto a investigar. El recorte conceptual fue efectuado por García Canclini, quien propuso lo siguiente: “los bienes culturales, es decir, los bienes ofertados por las industrias culturales o por otros agentes que actúan en el campo cultural (como el Estado o las instituciones específicas) se distinguen porque son bienes en los que el valor simbólico predomina por sobre su valor de uso o de cambio” (García Canclini, 1999). Así el consumo cultural llega a ser definido como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini, 1999). Muchas de las investigaciones sobre consumo cultural realizadas en Latinoamérica se han orientado mirando hacia esta definición operante.

Los conceptos presentados en este proyecto de estudio, y que tienen que ver con el consumo cultural, procuran destacar la recepción como un campo de investigación que tradicionalmente ha sido ignorado. Partiendo de que en Montería –y en Córdoba– son pocas o inexistentes las investigaciones que examinan, rastrean o inspeccionan el público desde la mirada de “lo popular” y la cultura, y que predomina, sí, la perspectiva del mercadeo, de “lo masivo”, entonces el presente estudio se proyecta desde los planos o ejes de pensamiento anteriormente expuestos pretendiendo aportar una información en el que los saberes, la memoria y el imaginario popular se consideren conocimiento válido para comprender cómo consumen los sectores populares las noticias judiciales publicadas en las secciones del periódico El Propio.

Esta investigación pretende insertarse en el debate teórico metodológico de los llamados “estudios del consumo cultural en América Latina” en la relación comunicación – cultura. Teniendo en cuenta la perspectiva del consumo como criterio para considerar el estado del arte, vale la pena relacionar dos referentes generales. Se trata de referentes investigativos dados en América Latina y los referentes investigativos locales.

Otras consideraciones frente al aspecto del estado del arte, vale la pena señalar que el investigador Guillermo Sunkel, nos proporciona una trayectoria de los “estudios culturales” al identificar en la región dos desplazamientos teórico – metodológicos. El primero marca el paso del estudio del mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica, el cual buscaba proporcionar a los públicos una estrategia de atenuación de la influencia de los medios. El segundo desplazamiento es el movimiento que va de la recepción crítica al consumo, el cual se distancia de la postura de “estrategias de resistencia”. El estudio del consumo cultural no se sitúa en una lógica de la intervención, y por tanto, se distancia también del tema de la ideología (Sunkel, 1999). En ese sentido, Sunkel continúa su esquema señalando tres hitos del estudio cultural en América Latina. El primero se refiere a las investigaciones que se hicieron sobre público de arte, realizadas a mediados de los años setenta. El segundo hito se refiere al estudio comparativo sobre el consumo cultural en las grandes ciudades, que se realizan a fines de los años ochenta y principios de los noventa; y el tercer hito son los estudios cualitativos de consumo de géneros y medios particulares, donde se resaltan dos proyectos de carácter paradigmático. En primer lugar la investigación sobre consumo de telenovelas dirigida por Jesús Martín-Barbero desde la Universidad de Cali, en la que se planteaba “la necesidad de abordar un producto concreto de la industria televisiva, de indudable éxito popular como lo es la telenovela, para observar en él la manera como se articulan las lógicas culturales de su consumo” (Martín-Barbero, 1987. Citado por Sunkel). En segundo lugar está la investigación realizada por María Cristina Mata “sobre el modo en que las radios

de audiencia popular de la ciudad de Córdoba configuran sus públicos, la naturaleza de las propuestas identificatorias y comunicativas que formulan a los sectores populares urbanos y el sentido que ellas adquieren en orden a su constitución como actores sociales” (Mata, 1998). Al igual que en el proyecto de las telenovelas, la investigadora argentina, María Cristina Mata indaga en las mediaciones entre los procesos de producción y recepción radiofónicas, distinguiendo el terreno de la cotidianidad individual y el de las relaciones sociales ampliadas. Mata intenta “construir lo que llamamos <<memorias populares de la recepción radiofónica>>. Una historia escrita desde el consumo, desde esa peculiar experiencia cultural y su relación con otros órdenes de experiencias que no opera como dato utilizable sino como marca” (Mata, 1999).

En virtud de lo anterior, donde se destacan las mediaciones llevadas a cabo por la audiencia, el antecedente directo de esta investigación a nivel internacional lo constituye el estudio *La prensa sensacionalista y los sectores populares* de Guillermo Sunkel, el cual, fue publicado como libro en 2001. En dicho estudio se propone explorar el sentido que tiene la práctica de la lectura en los sectores populares, en particular conexión con la prensa sensacionalista. Allí se pone la mirada en una práctica que es central a la cultura contemporánea tal y como es la visión que los sectores populares median la realidad cotidiana y urbana a través de la lectura de la prensa. De manera pues que el estudio analiza la mediación constituyente de la lectura, desafiando así algunos mitos propios de la cultura ilustrada sobre la relación entre medios y sectores populares.

En la producción investigativa local, es decir, producida en la región del Caribe colombiano, el referente directo para esta propuesta es el titulado “¿Quién cogió Universal hoy: Prensa y sectores populares en Cartagena” del investigador Ricardo Chica Geliz, publicado en 2005. Allí se indaga la lectura que los sectores populares de aquella ciudad hacen sobre los textos periodísticos aparecidos en la sección de Sucesos del diario El Universal. Se destaca de ese trabajo el abordaje metodológico que apunta a destacar los significados que se forman en la interacción entre el mundo de los periodistas y el mundo de la audiencia, lo que da

lugar a la aparición de ciertos saberes populares que configuran las distintas imágenes urbanas que se tienen sobre la ciudad. En otros términos, el estudio apunta a desentrañar los significados que adquiere el espacio urbano a raíz de la lectura de las noticias de judiciales.

4 Objetivos:

4.1 Objetivo General

- Describir la relación entre la producción de las noticias judiciales de El Propio y las prácticas de lecturas que lleva a cabo el público consumidor de los sectores populares de Montería, en la actualidad.

4.2 Objetivos Específicos

- Analizar los factores que inciden en la producción y la confección de noticias en el periódico El Propio y su sección Tal Cual.
- Describir las mediaciones cognitivas y las mediaciones estructurales dadas en el mundo de los periodistas que confeccionan la sección Tal Cual del vespertino El Propio de Montería.
- Establecer las lecturas dominantes que aparecen con la recepción de la sección Tal Cual del vespertino El Propio, teniendo en cuenta los distintos públicos que los consumen y que caracterizan las diferentes visiones de ciudad que habitan Montería.

5. Metodología Propuesta

5.1 El Tipo de investigación

El fundamento que brinda la fenomenología constituye el enfoque de este trabajo, el cual se objetiva en la puesta en marcha de la técnica de la historia de vida en donde el acto de significación, como acto fenomenológico, es un método. Esta investigación se inscribe en el paradigma histórico-hermenéutico, cuyo propósito es comprender e interpretar, lo que es propio de las indagaciones sobre el lenguaje (Vasco, 1990).

Se pretende articular la idea de significación con las tácticas que pautan las reflexiones en profundidad con el informante clave, entendiendo la significación como una constante negociación entre significados que se da entre sujetos. La significación integra la intencionalidad que supone la curiosidad, la expectativa que antecede al chispazo de una certeza sobre las cosas. Se busca con este trabajo objetivar el acto de significación en sus fases de exploración, descripción e interpretación, las que constituyen el eje estructurante del diseño metodológico de esta investigación.

Es así como la fenomenología es considerada un movimiento filosófico cuyo objetivo primario consiste en la investigación directa y la descripción de los fenómenos como conscientemente experimentados, sin teorías acerca de su explicación causal, o datos provenientes de preconcepciones o presuposiciones (Yuren, 1994).

Se trata de contrarrestar el positivismo, el sicologismo, cuya visión reduccionista del objeto de conocimiento de las Ciencias Sociales, en especial el de la comunicación, llevaron a una conceptualización teórica del fenómeno comunicativo que otorga predominio al estudio de los medios de comunicación sobre el estudio del acto humano de la comunicación.

De modo que hay quienes solicitan el requerimiento de “plantearnos el lugar que debe ocupar en la definición del fenómeno (de la comunicación), una determinada teoría del ser y de la realidad, destacando la conexión hombre-conocimiento-comunicación” (Pinedo; Morales, 1998).

En la fenomenología se entiende la comunicación como “fusión íntima de las conciencias, de donde resulta el ‘nos’”. De acuerdo con esta definición podemos concluir que comunicar se refiere a un saber común o una forma común de adherirse a un saber. En ese sentido se hace referencia a tres aspectos: primero, la transmisión de un saber entre miembros de una comunidad; segundo, el hecho de una acción subjetiva, individual, para adherirse al mencionado saber; y tercero, la referencia a un objeto: el saber mismo.

Desde la fenomenología, el filósofo canadiense Bernard Lonergan a través de su teoría de “realismo crítico”, conocida también como “teoría del insight” o “teoría del chispazo”, nos da un referente sólido acerca de las condiciones que hacen posible el conocimiento, que explica cabalmente la naturaleza del entendimiento humano pero que además contiene numerosas alusiones a la expresión y comunicación humana como “ámbitos de comunicación” (Yuren, 1994). Esta filosofía supone que, si podemos dar cuenta del proceso cognoscitivo partiendo de las actividades del conocimiento, se puede explicar el hecho de conocer y por lo tanto justificar la validez de nuestro conocimiento, su alcance y sus límites.

A continuación se relaciona una síntesis de las tres preguntas y sus consecuentes respuestas que se dan en este planteamiento.

- A la primera pregunta, ¿Cuáles son las actividades que constituyen el conocimiento humano? Lonergan responde que hay una relación esencial en una serie de operaciones: experimentar, entender y juzgar, a través de

las cuales un sujeto conoce un objeto. Dichas operaciones estructuran la dinámica de la conciencia del sujeto.

- A la segunda pregunta, ¿Por qué a ese conjunto de actividades se llama conocimiento? Lonergan responde que así como el conocimiento tiende hacia el ser (a conocer el ser), vinculación de las operaciones enunciadas, permite relacionar el conocimiento con su objeto, en una relación denominada precisamente como objetividad. El “juicio de hecho”, producto de la intelección y la reflexión racional de un sujeto lleva al auténtico conocimiento objetivo.
- A la tercera pregunta, ¿Qué se conoce a través de esas actividades? Lonergan responde que, así como la intencionalidad de conocer es irrestricta, es también comprehensiva, porque nuestras preguntas pueden examinar todos los aspectos de las cosas; su meta última es el universo en su concreta plenitud, así, el ser como objeto del conocimiento es lo mismo que la realidad.

Lo anterior puede resumirse: “como el deseo de entender es ilimitado, el objeto también es ilimitado, pero va siendo satisfecho parcialmente por actos de experimentar, entender y juzgar que capacitan al sujeto cognoscente para experimentar mejor, entender mejor y juzgar de una manera progresiva” (Yuren, 1994).

En palabras de Adriana Yuren, Lonergan considera que los tres problemas fundamentales de la filosofía crítica forman, en cierto sentido, un solo problema y las soluciones se compenetrán en una sola solución. Lonergan pudo diferenciarlos y ordenarlos pedagógicamente sobre todo porque su filosofía se fundamenta en “entender el entender”; en otras palabras, en “entender cómo se conoce”, “qué es lo que se conoce” y por qué se puede decir que lo que afirma es efectivamente conocer.

De modo que el mundo que conocemos los seres humanos es real efectivamente, pero está mediado por la significación y por lo tanto no se encuentra dentro de la experiencia inmediata de ningún hombre en particular porque la significación va más allá de la experiencia. Lo que es significado de aquello que se tiende a preguntar y es determinado no solamente por la experiencia, sino también por la comprensión y por el juicio.

Así, al nivel de experiencia le corresponde una significación elemental. Al nivel de inteligencia le corresponde el acto formal de la significación, acto de concebir, pensar, considerar, definir. Aparece la distinción entre significación y significado porque lo significado es lo que es concebido, pensado, definido. En este estadio todavía no se determina si el objeto de pensamiento es solamente tal, una entidad matemática o una cosa real o una realidad trascendente, más allá de este mundo. Este *status* se determina precisamente en el acto pleno de la significación, correspondiente al nivel del juicio como operaciones del conocimiento.

Para los fines de esta investigación y para caracterizar la intersubjetividad dada en la relación entre informante clave e investigador consideraremos, a la luz de los postulados de la fenomenología, lo que se conoce como conocimiento previo. O “una gran cantidad de conocimientos acumulados comunes para quienes viven un mismo periodo histórico [conocimientos que] se encuentran *biográficamente articulados*, es decir, cada persona tiene su particular cantidad y diversidad de conocimientos que constituyen su *conocimiento privado*” (Briones, 1996).

El enfoque metodológico que brinda la fenomenología aclara y ordena conceptualmente la relación entre significado y significación, donde lo primero es el conocimiento previo que los sujetos compartimos con una comunidad dada en sus dimensiones histórica y cultural. Y lo segundo se refiere al proceso *interpretante* (Fiske, 1984) quien no es propiamente el sujeto usuario del sistema de signos, sino que se trata de un concepto mental que resulta de la interacción

entre significado y experiencia del usuario. Por tanto, el proceso *interpretante* varía según el contexto histórico-cultural del sujeto, es decir, que dicho proceso está limitado por las convenciones sociales.

Esta relación entre significado y significación para regresar al significado es la dinámica de la intersubjetividad, que en el caso de la historia de vida es la que fluye entre investigador e informante clave y, a su vez, con el documento que producen.

5.2. El Tipo de Diseño

La investigación cualitativa es de diseño emergente, lo que sugiere que las etapas de exploración, descripción y significación habitan previamente en el investigador. Esta perspectiva supone ciertas características.

Primero, este tipo de diseño se orienta a captar, analizar e interpretar la significación -o el sentido- que los sujetos le atribuyen a sus prácticas. En el caso de esta investigación lo que interesa captar son los sentidos que los sujetos le atribuyen a la lectura de la sección Tal Cual de El Propio en tanto práctica cultural. Segundo, se privilegian las técnicas de observación directa, “que entrañan un contacto vivo, esto es una cierta interacción personal del investigador con los sujetos y/o grupos investigados, en condiciones controladas” (Ortí, 1995).

Tercero, estas técnicas exigen la manifestación libre de los sujetos investigados puesto que se trata precisamente de hacer emerger y captar discursos espontáneos. Ello reconociendo que el habla que investigamos es un hablar que es producido en el contexto de la investigación (Canales y Peinado, 1995).

5.3. Los Sujetos:

La muestra de sujetos será definida a priori en el entendido de que este tamaño podrá ser alterado en el curso de la investigación, lo que puede darse por la

saturación de datos recurrentes. Se ha hecho una “selección basada en criterios” (Sandoval, 1997). La selección requiere listar “los atributos esenciales que debe poseer la unidad seleccionada” para lo cual se han tenido en cuenta aspectos como:

- Perspectiva de reconstrucción: Se entrevistarán personas que se reconozcan como receptores de Tal Cual y manifiesten recuerdos al respecto, de manera que emerjan los modos de interacción.
- Franja etaria: Entre 20 y 40 años.
- Variedad de experiencias socioculturales en relación a categorías señaladas en el Marco Teórico.
- Perfil socioeconómico: Personas que se desempeñen en oficios no calificados y con bajos niveles de escolaridad.
- Género.
- La muestra quedaría constituida por seis informantes clave. Tres hombres y tres mujeres.

Las anteriores consideraciones sugieren las zonas geográficas que caractericen ciertos ámbitos populares de recepción. Estos pueden ser puntos tradicionales de debate callejero como lo es el Parque Miguel R. Méndez, el Mercadito del Sur, la Terminal de Transportes, el sector Pueblo Pescao.

5.4 Técnicas para recolección de datos

- **Entrevista individual**

Conversaciones en profundidad que deben tener en cuenta las consideraciones de Sandoval respecto a la fenomenología, quien destaca cuatro “existenciales” básicos para el análisis que requiere esta investigación: El espacio vivido (espacialidad), el cuerpo vivido (corporeidad), el tiempo vivido (temporalidad) y las relaciones humanas vividas (relacionabilidad o comunalidad), (Van Mannen, 1990). También se plantean siete pasos para acceder a la esencia del conjunto de

“existenciales” (Boyd, 1993).

- Intuición: Implica el desarrollo de los niveles de conciencia a través del ver y el escuchar.
- Análisis: El cual involucra la identificación de la estructura del fenómeno bajo estudio mediante una dialéctica (conversación/diálogo), entre el actor (participante/sujeto) y el investigador.
- Descripción del fenómeno: En este paso, quien escucha, explora su propia experiencia del fenómeno. El esclarecimiento comienza cuando el mismo es comunicado a través de la descripción.
- Observación de los modos de aparición del fenómeno.
- Exploración del fenómeno en la conciencia. En este estadio del proceso, el investigador reflexiona sobre las relaciones (o afinidades estructurales) del fenómeno.
- Suspensión de las creencias (reducción fenomenológica): Es lo que Rockwell (1986) llama “suspensión temporal del juicio”.
- Interpretación de los significados ocultos o encubiertos: Este último paso se usa en la fenomenología hermenéutica para descubrir la experiencia vivida en una forma tal, que pueda ser valorada para informar la práctica y la ciencia.

- **Análisis Documental**

Este consiste en mirar el periódico El Propio y sus secciones, entre esas, Tal Cual, como un documento susceptible de ser analizado a la luz de las mediaciones cognitivas y mediaciones estructurales que allí se llevan a cabo. Analizar la forma y el contenido de este documento facilitará obtener pistas sobre los significados que se confeccionan sobre la ciudad, desde el mundo del periodismo.

• Pauta Temática

Esta pauta debe ser pasada, en la medida de lo posible, a todos los entrevistados, a fin de que en el análisis se pudieran hacer comparaciones. De otra parte, la pauta constituye una base previa que da lugar a las categorías de análisis. En la pauta se considerarán ocho temas generales sobre distintos aspectos de la lectura de la sección Tal Cual de El Propio, lo que incluirán una serie de subtemas que servirán para ajustar la orientación del habla investigada. Los temas considerados son para el mundo de los lectores y para el mundo del periodismo. Para el mundo de los lectores, se consideran estos puntos:

- Lectura de las noticias judiciales de la sección Tal Cual de El Propio en la vida cotidiana: tiempo de lectura, lugar de lectura, conversación sobre la lectura.
- La expectativa previa a la lectura de Tal Cual: motivaciones de lectura.
- Memoria de la prensa popular: recuerdos de episodios ocurridos en la ciudad, mediados por Tal Cual u otra página de judiciales.
- El humor en Tal Cual: percepciones del humor, comicidad popular.
- El lenguaje de Tal Cual: percepciones del lenguaje, oralidad popular.
- El modo de narrar en Tal Cual: noticias que más destaca El Propio, características del relato, diferencias con otras páginas judiciales o diarios de crónica roja.
- Lo político: Negación de lo político en Tal Cual.

Representación de la mujer: Opiniones sobre el modo en que aparece la mujer.

Para el mundo del periodismo se consideran estos temas, los cuales se encuentran consignados en la teoría de la sociología de producción de medios, de Reese & Shoemaker (1993):

- Nivel personal y profesional
- Rutinas profesionales
- Relación con la organización empresarial
- Relación con el entorno

- Nivel ideológico

5.5. Los instrumentos

Los instrumentos usados serán grabadora de audio, procesador de palabras e Internet. Los dos últimos son fundamentales para articular las tareas de exploración de la literatura con las tareas de estructuración y redacción de documentos generados en el trayecto investigativo, es decir, las tareas de descripción y significación.

Internet permitirá cruzar información con personas relativas al tema y el modo como vienen desarrollando la técnica de historia de vida o entrevista individual; visitar catálogos online; adquirir libros y documentos, adquirir modelos de diseño investigativo y actualizar el estado del debate teórico metodológico de las ciencias sociales.

La grabación se realizará en una fase, con previo desarrollo del contacto con el informante clave. En fase de grabación el sistema integrará videograbadora, un ecualizador, audífonos y dos micrófonos unidireccionales. La idea de grabar el audio es para garantizar la alta fidelidad. Este material se migrará a CD, lo que facilitará su transcripción literal del testimonio.

El uso del procesador de palabras resultará vital para sistematizar el archivo tanto del proyecto como del informe final, así como para organizar la producción escrita respecto al modelo de informe final considerado en esta investigación.

5.6. El Procedimiento

Algunos aspectos previamente consideradas a la reflexión en profundidad serán: los lugares o espacios, los puntos de transición en la vida, la diferencia de las etapas vitales, el aspecto cultural de cada vivencia, la relación entre lo propio y lo ajeno, las perspectivas que se dan en la evocación o resignificación de la vivencia,

la condición física emotiva, la expresividad al recordar y los géneros y modelos narrativos privilegiados como arquetipos o estilos (Acevedo, 1998).

Los testimonios se llevarán a cabo en espacios comunes o familiares al informante clave durante los fines de semana, y que cumplan las condiciones mínimas de grabación. A continuación se relaciona un conjunto de consideraciones propias del procedimiento que se desarrollará en esta investigación.

- Se aplica el análisis de las mediaciones estructurales y las mediaciones cognitivas al periódico El Propio y sus secciones para la obtención de las categorías que definen las relaciones entre el mundo del periodismo y el mundo de la audiencia.
- Construir sentidos a partir de datos cualitativos que generan las entrevistas, implica un ejercicio de inmersión progresiva en la información escrita, donde se ejecuta la triangulación entre cuerpo teórico, mapeo y testimonio de los informantes clave. Este procedimiento supone intervenir con categorías el documento producido para apuntar hacia la consecución del objetivo de este trabajo, es decir, hacia la representación de ciertas prácticas culturales, instaladas en el consumo cultural de la sección judicial Tal Cual del periódico El Propio. Dichos sentidos se construirán junto con los periodistas que confeccionan El Propio y, por otra parte, junto con los lectores del mismo medio.

Es así como la categorización se inicia definiendo la unidad de análisis seleccionando expresiones o proposiciones referidas al tema de estudio, lo que permite no perder de vista el contenido original y su relación con el horizonte de llegada. De modo que la categorización puede hacerse deductiva o inductivamente (Bonilla-Castro, 1997). En virtud del carácter cualitativo de esta investigación se considera el procedimiento inductivo para extraer categorías, las cuales “emergen totalmente de los datos con base en el examen de los patrones y recurrencias presentes en ellos. La categorización inductiva no tiene

como fin reflejar la teoría sino el marco de referencia cultural del grupo estudiado” (Bonilla-Castro, 1997).

- Lo anterior se instala en la idea de que la investigación cuantitativa en su proceso deductivo, parte de una hipótesis o teoría para confirmarla o rechazarla; y la investigación cualitativa en su proceso inductivo, parte de cánones de comprensión para formular teoría o hipótesis. No se trata de una contradicción, sino de formas de hacer ciencia y que son susceptibles de combinarse.
- Para el investigador Carlos Sandoval, construir categorías de descripción e interrelacionarlas conduce a la generación de significados y para ello existen varias tácticas. Las consideradas para este trabajo son las referidas a la *identificación de patrones y temas* y la táctica de *agrupación*. La primera se refiere a un rastreo de temas que se repiten, el análisis de causas y explicaciones, el examen de relaciones interpersonales y la consideración de constructos teóricos (Sandoval, 1996).

La segunda táctica ayuda al analista a ver “qué va con qué”; esta es aplicable en el plano de los eventos, los actos, los actores individuales, los procesos, los escenarios y las situaciones en su conjunto. Este proceso se lleva a cabo por agregación y comparación (Sandoval). Ambas tácticas son útiles para justificar la emergencia de las categorías que se aplican en este trabajo.

En general el procedimiento se desarrollará en tres etapas, estas son: exploración, descripción y significación. La etapa de exploración media entre el proyecto, su desarrollo y el análisis anticipado de categorías. La etapa de descripción, media entre el desarrollo del proyecto y una nueva categorización. Y la etapa de significación implica teorizar y construir el informe final.

6. Presentación y análisis de resultados

A continuación, ofrecemos los resultados y su correspondiente análisis organizados de la siguiente manera. En primera instancia, daremos cuenta de los factores que inciden en la producción noticiosa, en especial, de la sección Tal Cual del periódico El Propio. Con este aspecto, responderemos al propósito de indagar la visión personal del periodista que confecciona dichos relatos, los cuales se instalan en un proceso de reciclaje cultural, donde los elementos de la cultura popular y su lenguaje tienen una importancia crucial ya que define la identidad de las noticias. En el mundo periodístico también daremos cuenta de las rutinas de confección noticiosa; la relación con la institución periodística, la relación con el contexto y sus dinámicas sociales, y también algunos elementos que caracteriza el uso de la ideología en el oficio noticioso.

En segunda instancia, apelaremos al análisis documental para desglosar los elementos de la mediación cognitiva y la mediación estructural en las noticias aparecidas en la sección Tal Cual de El Propio. La mediación cognitiva da cuenta del contenido noticioso y sus características marcadas principalmente por los mitos, los datos de referencia, la recurrencia de los acontecimientos, los estereotipos de los personajes, el espacio urbano de la noticia, entre otros. En la mediación estructural veremos que está marcada, más que por el género informativo, por el uso del lenguaje popular con miras a participar en el reciclaje cotidiano de la cultura y sus manifestaciones prácticas; así mismo, un elemento crucial que determina la forma de El Propio está en el análisis de su diseño gráfico.

El tercer conjunto de resultados se instala en el análisis de las lecturas hechas por distintos perfiles de consumidores de El Propio. Aquí indagaremos cuatro grandes aspectos, como son: acceso al consumo material, acceso al consumo cultural, acceso al saber y formación de un imaginario de ciudad. El primero se refiere a las distintas formas de consecución de El Propio, que arranca con la manifestación de expectativa casi siempre con la expresión: “Vamos a ver quién cogió Propio hoy” y

da paso a un proceso de interacciones con el papel periódico, sus contenidos y con otros lectores, dando lugar a la conversación colectiva. El segundo aspecto, se refiere a la formación del gusto a partir de los referentes vistos en El Propio, los cuales se evidencian principalmente en el uso del lenguaje, es decir, en el habla tanto de los periodistas como de su público; allí tenemos expresiones como “muñeco” para referirse a los muertos; “chumbimba” para referirse a los ataques a pistola; o, “boletearse” para referirse a ponerse en evidencia. El tercer aspecto tiene que ver con el uso mítico de los contenidos noticiosos, los cuales son reafirmación de creencias profundamente arraigadas en la sociedad monteriana, como son el clientelismo, el arribismo y el machismo, entre otras ideas tradicionales. Por último, encontraremos que en la interacción acaecida entre la agenda noticiosa de El Propio y las dinámicas urbanas de Montería dan cuenta de la aparición de nuevas formas de ver la ciudad, en donde concurren imaginarios que tienen que ver con el modernismo, el consumo y los nuevos estilos de vida; también, toman fuerza otras fuentes imaginarias como son el miedo, el sexo y la espectacularidad de ciertos acontecimientos y personajes.

En virtud de lo anterior, los resultados se inscriben en los tres grandes momentos canónicos del proceso comunicativo, como son la producción de noticias, su forma y su contenido y las lecturas que suscitan en la audiencia en el ámbito social de una ciudad del Caribe colombiano como lo es Montería.

6.1. El mundo periodístico en El Propio

Para llevar a cabo el análisis sobre el proceso de la producción de la noticia, adelantamos una entrevista en profundidad al comunicador Álex de Jesús Pájaro Mosquera, el periodista más relevante que en la actualidad tiene el periódico El Propio. La entrevista se fundamentó en los referentes establecidos en la teoría de la sociología de la producción de medios, la cual retomamos del Marco Teórico y que se orienta de acuerdo con un interrogante: “¿Qué factores, desde adentro y desde afuera de las organizaciones de medios, afectan el contenido de los mensajes?” (Shoemaker y Reese, 1991; Lozano, 2007: 36). Dicho lo anterior, los

autores proponen un modelo jerárquico de influencias en el contenido, los cuales, se plantean en cinco niveles. Nivel 1. Factores individuales. Nivel 2. Procedimientos de los medios. Nivel 3. Organizacional. Nivel 4. Extramedios. Nivel 5. Ideológico.

- **Perfil del periodista**

Álex de Jesús Pájaro Mosquera nació en Arboletes (Antioquia), el 15 de abril del año 1977. Sus padres son Nemesio Pájaro y Julia Mosquera. Estudió comunicación social y periodismo en la Universidad Cooperativa de Colombia (sede Medellín) y desde el año 2006 reside en Montería. Pájaro es un hombre de piel negra, 1.78 de estatura y 70 kilos de peso. De movimientos ágiles, de pasos largos al caminar y con marcado acento paisa; el comunicador Álex de Jesús muestra ser un hombre con un prolífico discurso hablado similar al de un culebrero en plaza pública. Cuando se expresa, generalmente en tono medio-alto y marcando con fuerza las palabras, parece no tener punto. Pega una frase con otra, pone ejemplos que ilustran muy bien lo que argumenta, y los dramatiza. Se ríe de algunas de sus frases por estrambóticas y utiliza en gran medida expresiones superlativas como “súper bien”, “eso es lo máximo”, “no lo salva ni el putas”, “es el mejor de todos”. Los movimientos de las partes de su rostro son directamente proporcionales a la intensidad de su narración, pero la gesticulación a la que más recurre para expresar los diversos efectos de su ánimo es la que hace levantando el puño apretado y abriéndolo tras estirar su brazo. En medio de sus descripciones, el periodista Pájaro rompe brevemente el hilo de su discurso y habla de cosas que no tienen conexión o íntimo enlace con aquello que trata; luego retorna al tema y avanza combinando expresiones serias con dichos, refranes y hasta con chistes cortos de fuerte impacto al final.

6.1.1 Nivel individual

El Nivel de factores individuales se refiere a las características personales del sujeto periodista, los cuales van a incidir en su visión del mundo, de la sociedad, de las personas y de los acontecimientos que se dan en la vida cotidiana y que son susceptibles de ser noticia. Los factores que se encuentran en este nivel, son: sexo, edad, clase social, educación, valores personales y creencias, actitud política personal, orientación religiosa y valores profesionales.

Al entrevistar al periodista Pájaro, de 35 años de edad y residente en el barrio La Floresta de Montería (estrato 2), católico, descubrimos a través de lo dicho por él mismo que su padre Nemesio es poeta, un hombre amante de la lectura y la escritura, conocido en la región del Urabá Antioqueño como 'el poeta rojo'. Pájaro creció en una familia campesina, con su abuela paterna, porque sus padres se separaron cuando él tenía 8 meses de nacido. Dice que su abuela, sin haber estudiado se hizo a un buen capital y lo crio dignamente. Eran 16 hermanos, de los cuales 12 crecieron en la misma casa. Cursó la primaria y el bachillerato en Arboletes, pero un año tuvo que estudiarlo en un corregimiento porque ninguna institución educativa del pueblo quiso aceptarlo por indisciplinado.

“Yo iba dos días al colegio y mi abuela iba tres. A mí me echaban todos los días, hasta que los profesores se cansaron y dijeron ‘¡no lo aceptamos más!’ Entonces me mandaron a un corregimiento donde estaba una tía que era profesora. Al finalizar ella dijo: ‘Ya este muchacho cambió, que se devuelva al pueblo’. Volví y me aceptaron. Hice el quinto de primaria y continué el bachillerato hasta terminarlo, en el año 1995”, recuerda Pájaro Mosquera.

En el año 1996 prestó el servicio militar en Montería. Recuerda que quería continuar su carrera militar, y que ese sueño se vio truncado porque en las filas fue víctima de racismo. Se fue a Medellín por solicitud de una tía y empezó a trabajar para conquistar el otro sueño de su vida: ser futbolista. Practicaba todos los días con la esperanza de ingresar a las categorías inferiores del equipo profesional Envigado, pero a la hora de la selección quedó por fuera. Entonces, para estar cerca de los futbolistas, deportistas a los que admira mucho, decidió

estudiar comunicación social y periodismo en la Universidad Cooperativa de Colombia (sede Medellín). Antes había trabajado como lavador de carros, vigilante en Telecom y mesero en una discoteca.

Al leer la sección Tal Cual de El Propio, cuya redacción es bastante particular en el sentido de que en ella hay desplegados al máximo recursos como la hipérbole y el humor, y al escuchar hablar a Álex Pájaro, se perciben puntos comunicantes que dejan ver una coherencia entre la personalidad e historia de vida de quien escribe y el estilo de lo que sale publicado. En ese sentido, el hecho de que Álex Pájaro sea una persona expresiva, de muy buen sentido del humor, carismático y amante de la oralidad facilita la redacción irreverente de Tal Cual, medio ‘alocada’, si se quiere, y muy abundante en terminología popular que la acerca a un público ‘no especializado’ que la consume, la entiende y la comenta. Ser una especie de ‘hijo del pueblo’, como lo es Pájaro, le facilita su trabajo porque escribe ‘desde adentro’, lo que significa que como comprende perfectamente los códigos tanto lingüísticos como sicológicos de los sectores populares, y las necesidades y preferencias de su gente, el proceso de comunicación surte más efecto. De hecho, para el propósito de esta investigación, lo vimos interactuar con la gente en la calle y descubrimos que el público lo trata con reverencia y admiración. Por ejemplo, los mototaxistas no le cobran las carreras y algunos hasta se lo pelean porque, transportándolo no solo ‘están bien’ con “el man de El Propio... por si cualquier vaina, tú sabes”, sino también porque en el recorrido aprovechan para contarle chismes, revelarle la verdadera razón de la muerte del pandillero del barrio o pedirle el favor de que el día del cumpleaños de él o de una hija o hijo le saque “la fotico en el periódico”, favor que solicitan argumentando: “Ajá, tú sabes, viejo Pajarraco, pa’ pantallar por la cuadra”. De otra parte, también vimos a Pájaro desenvolverse en lugares de alteración del orden público, en una protesta por racionamiento de luz, y fuimos testigos de cómo los pandilleros y sujetos cuyo aspecto denota delincuencia lo llaman como si fuera uno de ellos, con familiaridad, con confianza: “Ey, Pájaro, ven acá”, “Nojoda, Pájaro, estás jodío, llegaste tarde”, “Errrrda, Pájaro, culo de título bacano el del man al que le metieron 3 tiros en El Jopo” (El Jopo es el nombre de una cantina ubicada en el barrio 2 de Septiembre).

Él, para referirse en el contexto de una noticia a que determinada persona no tiene salvación, es común leerle expresiones como “No lo salva ni el pita jalá” o “Está más envainao que el hijo de Limber”; para explicar que una situación tocó fondo, usa frases como “Se jodió pindanga” o “Como lo dijeron los Mayas: se esporrondigó esta jodía”; para informar que la efectividad del atentado había sido tal y el hombre murió enseguida, escribe: “Le metieron 7 pepazos y no quedó ni para echar el cuento”, “Tome pa’ que lleve y se recoja” o “Llórenlo”.

Al respecto, el periodista explica:

“Yo me he puesto a pensar por qué escribo así y llegué a la conclusión de que es por herencia. El entorno en el que yo me crié era muy sabrosón y la gente hablaba hasta por los codos. Ahí, de niño, escuché todas esas cosas que pongo en las noticias. Pero hay un personaje clave al que le debo gran parte de esto, y es mi abuela. Ella era una persona jocosa y muy dicharachera. Pese a su ignorancia, mi abuela usaba muchos dichos sabios, entonces muchas de las expresiones que escribo entre las noticias son de ella, de las que me acuerdo cuando estoy escribiendo. Mi abuela hasta para regañarme usaba un dicho o un refrán”.

6.1.2 Nivel de rutinas profesionales

Los elementos que conforman el nivel de rutinas de trabajo, son: Horarios, cargas laborales, transporte de los reporteros, canales oficiales rutinarios, roles profesionales y ética profesional. En general, las condiciones de trabajo en que los periodistas se desempeñan en la producción de mensajes, incide en los mismos, en virtud de los procedimientos para recopilar y procesar la información. Más que cazadores de noticias con gran olfato para capturar historias, la teoría sostiene, que los periodistas son recolectores rutinarios de hechos y acontecimientos que acuden a fuentes fijas que les imparten, en muchos casos, información propagandística (Lozano, 2007; 47).

Desde que comenzó en El Propio, Pájaro Mosquera siempre ha escrito para la sección Tal Cual, o sea las noticias judiciales. Él, como todos los demás periodistas, ingresa al diario a las 7:30 de la mañana. El periódico está ubicado en la Urbanización Brizalia, en la calle 39 No. 14B-07, detrás de El Meridiano de Córdoba, un sector estrato 4. A las 8:00 asiste al Consejo de Redacción, en donde expone las principales noticias que escribirá para la edición de la tarde. A las 8:30 sale a hacer reportería: va al Comando de la Policía, a la Sijín, a la morgue del hospital y a la Fiscalía a ver qué encuentra, y llama por celular a varias fuentes que tiene en los diferentes organismos de seguridad del Estado y en los juzgados, en busca de información. Hemos notado en esta investigación, que los redactores también le dan mucha importancia a las llamadas de los lectores que se comunican con ellos y les cuentan dónde y por qué está sucediendo algo. Nos dimos cuenta que lo mismo hacen con la gente que los aborda en las calles para decirles quién hizo esto en tal barrio, dónde mataron a alguien, por qué un vecino macheteó a la mujer o los detalles de los chismes que corren por los sectores populares de Montería.

Para el caso del reportero de Tal Cual, él a las 10:00 regresa a la sede del diario y se sienta a escribir y antes de 12:30 del mediodía le entrega sus noticias a la editora general, Erly Gregoria Rojas Salguero, experiodista y excoordinadora de Redacción en El Meridiano de Córdoba, quien las lee y edita antes de montarlas en las plantillas de El Propio y de entregarlas al departamento de Diseño. Recordemos que El Propio es un periódico vespertino. Su impresión comienza a la 1:00 de la tarde y antes de 2:00 ya se encuentra en los barrios y en las terminales de transporte para ser llevado a cada uno de los otros 29 municipios de Córdoba. La Gerencia de El Propio les da dinero a los periodistas para su transporte diario y también facilita vehículos y viáticos cuando los cubrimientos implican un tipo de desplazamiento más complejo. Álex Pájaro tiene que responder por dos páginas todos los días, y cuando alguno de sus compañeros se encuentra de vacaciones y la editora general debe remplazarlo, los horarios de entrega de páginas se corren en procura de que las noticias salgan bien corregidas. Él y sus otros compañeros

se quejan permanentemente de que tienen mucha carga laboral. Luego de que el periódico está impreso comienza para los redactores otra ronda de reportería por toda la ciudad y de escritura en la Redacción que se extiende hasta las 7:00 de la noche, tiempo durante el cual preparan los contenidos del día siguiente. Todas las noches hay un periodista de turno, hasta las 10:00, que tiene que cubrir los hechos violentos que sucedan en Montería o su zona rural, ese periodista en ocasiones es el mismo Pájaro Mosquera, pues esos turnos se van rotando. Vale la pena decir que en El Propio, como en El Meridiano, no hay reporteros gráficos. Por lo tanto, cada periodista, además de hacer la reportería (entrevistas, observación, traslados, llamadas, lecturas de documentos y demás) tiene que tomar las fotografías que acompañarán sus noticias. Sumado a esto, también tiene que diagramar su página, porque tampoco hay armadores. Todo esto genera molestias entre los redactores, quienes lo expresan entre ellos, pero no de manera oficial ante sus jefes por temor a ser malinterpretados. De otra parte, el periodista que cubra un hecho judicial en horas de la madrugada recibe, por cada cubrimiento, un incentivo económico de veinte mil pesos (\$20.000), adicionales a su salario.

Conviene abordar en este punto un hecho que cambió la dinámica de trabajo de Álex de Jesús Pájaro Mosquera y de alguna manera de varios de sus compañeros, y es el que tiene que ver con una amenaza de muerte sobre él. El hecho es el siguiente: en el año 2009, una banda de asaltantes ingresó a la mansión de la señora Mara Bechara, excandidata a la Alcaldía de Montería y una de las dueñas de la Universidad del Sinú, en el barrio El Recreo, y robó una gruesa suma de dinero y joyas. El periódico publicó la noticia. Dos meses después, una fuente de la Policía llamó a Álex Pájaro y le avisó que iban a presentar en audiencia a los capturados por el hurto a la señora Bechara. El hecho sorprendió al periodista, porque, hasta donde él tenía conocimiento, los delincuentes no habían sido capturados.

“Yo me fui para el Palacio y... tan, tan, tomé la foto. Me metí a la audiencia y escuché todo. Pero hay cosas que no se dicen en las audiencias, sino que los investigadores se las filtran a uno, datos fuertes. Entonces narré eso en el periódico: la forma cómo le llegan a los tipos. La mujer del cabecilla de la banda, de estrato dos, se puso las joyas de la Bechara... joyas que ni ella misma sabía el valor que tenían, es más, no era tanto el valor comercial sino el histórico, familiar; eran unas joyas traídas de la India. Por esa mujer toda emperifollá, con esas prendas, la Policía la detecta, la agarra y así agarran también al marido”, narra Pájaro.

El delincuente, ya preso en la cárcel Las Mercedes de Montería, consideró que su captura se había producido por la información que había suministrado Álex Pájaro, la misma que publicó en el periódico. A los pocos días, la Inteligencia de la Policía interceptó una llamada telefónica que le hizo el líder de la banda de atracadores a una persona afuera, en la que le dijo que mataran a Mara Bechara y al periodista Pájaro.

“El coronel Pedro Ángelo Franco me llamó y me dio la noticia. ‘Vea, Álex, no se asuste, pero hay una amenaza de muerte en su contra. Le vamos a poner una protección a usted y a su casa, un policía fijo, recíbalos’. A mí se me bajó la presión ese día; pero hermano, ¡cómo le explico yo a mi señora y a mi hija que esa noche iba a dormir un policía en la casa! Le conté a mi señora y se fue en llanto. Duramos días sin dormir. Mi señora era llora y llora y la niña igual. Es más, yo me adelgacé de una forma impresionante, vivía estresado, pero bueno, capoteamos esa situación y nos fuimos acostumbrando a esa situación y entonces tocó cambiarle el ritmo, afortunadamente yo soy de poco rumbeo, soy muy casero. Al principio eso fue incómodo; incluso el escolta se convirtió en un problema para mi trabajo, porque mira, en la calle, cuando yo voy a los homicidios, a mí la gente me cuenta cosas que a los policías no les cuentan. A mí se me acercan los bandidos y me informan cuestiones, y dejaron de hacerlo porque yo me la pasaba con un policía atrás. Y el policía no deja de ser policía, es ley, y a ellos también los mandan a hacer inteligencia, con quién habla uno, con quién se reúne, eso ellos no se lo dicen a uno, pero yo sé que es así, porque ellos tienen que estar pasando un informe sobre el protegido. Tú sabes que los medios de comunicación

generan información que a la Policía no le conviene. Entonces mucha gente se negaba a darme información y eso me afectó. Y hay funcionarios que no se atreven a hablar por teléfono, porque no es seguro. Eso afectó mi trabajo”, expresó el redactor judicial de El Propio.

Por otro lado, en lo relacionado con su forma de escribir, hay que decir que además de las claves narrativas que aprendió de su abuela, el redactor argumenta que el haber estudiado con un compañero que tenía “chispa para el humor” lo contagió y le hizo descubrir que combinar la jocosidad con la seriedad en sus conversaciones y tareas universitarias llamaba la atención y les arrancaba sonrisas a profesores y demás estudiantes. Su compañero era un periodista de radio de 39 años de edad “que había ido a la universidad para que le dieran el cartón”, un empírico experimentado que se había dado a conocer en Medellín y Antioquia ayudado un poco por haber trabajado durante 20 años al lado del reconocido comunicador Weimar Muñoz, uno de los comentaristas líderes de la opinión deportiva en la región. Así va aprendiendo Pájaro algunas técnicas del oficio y se va metiendo en el mundo del periodismo mezclando su experiencia personal con lo captado en el diario vivir.

Explica el comunicador:

“A este compañero de clase le capto muchas cosas, sobre todo en el humor. Yo andaba con él para arriba y para abajo. De ahí que yo mezcle los dichos de mi abuela con jocosidades antioqueñas. No es algo que yo tenga preparado, son cosas que se me vienen a la mente a medida que voy escribiendo, son cosas de oportunismo. Surgen en el momento”.

Esa jocosidad que le arranca carcajadas a la gente, según lo hemos comprobado mediante observación en puestos de venta de periódicos y en lugares en donde se lee El Propio como talleres mecánicos, buses, tiendas y bahías de mototaxistas y taxistas, entre otros, se inscribe en el lenguaje del pueblo a partir de sus preferencias y convenciones lingüísticas. Esa mediación de un hecho ‘serio’,

desde lo popular, es muy bien recibida por los públicos. Por ejemplo, cuando el Ejército Nacional dio de baja al jefe militar de las Farc, Jorge Briceño Suárez, alias Mono Jojoy, el titular de El Propio fue: “Lo Jo, Jo, Jo, Jodieron”; en el caso de Raúl Reyes, “No va más: se acabó quien te quería”; tras la captura del peligroso delincuente alias Robocop, “Robocop se va a oxidar en la cárcel”; y luego de la judicialización de cinco atracadores, “A comer donde doña Mercedes” (el nombre de la cárcel de Montería es Las Mercedes); “Brasil se fue de Kaká”, una vez que perdió contra Argentina; “No pudieron meterse las frías en El Jopo” (los mataron en el kiosco El Jopo); “Fue a comprar aceite y le despacharon plomo” (en una bomba de gasolina); “¡Muertecito Pérez” (cuando asesinaron al exalcalde de San Antero, Wilmer Pérez); “¡Uy, Zona!” (Cuando la Policía desmanteló las ventas de vicio de ese lugar). Pájaro recuerda un caso que le dio uno de los titulares que más le ha gustado. En 2009, un hombre casado, residente en Moñitos, vino a Montería a visitar a su amante, en el barrio Colina Real. Al entrar a la casa, un sicario que lo seguía lo asesinó propinándole varios balazos.

Pájaro Mosquera da más detalles:

“Cuando yo llegué a la escena del crimen investigué con la gente y me dieron la información. Me dijeron: ‘Este man tiene su mujer en Moñitos, pero venía aquí a visitar a la amante’... y enseguida se me vino el título: “Fue por canela y le dieron clavito”. Ahí eché mano del humor antioqueño (entiéndase canela por vagina). A los días, la familia del señor se vino a reclamar al periódico, no desmintió nada, pero sí se quejó del título... que eso ‘era una falta de respeto’, que eso ‘era algo muy fuerte’, que tal cosa y la otra. Pero fue verdad, el tipo venía a visitar a la amante y le dieron chumbimba”.

La presencia de Álex Pájaro como ‘representante’ de El Propio en la escena de un crimen genera confianza entre algunas personas. De hecho, se le acercan y le dicen cuál debería ser el titular, en una compenetración con su medio de comunicación, el que dice las cosas como “deben ser”, así, a rajatabla, de frente, sin discurso complicado.

“Muchos de los titulares que nosotros sacamos nos lo da la gente, ‘El título de El Propio es este’, me dicen a mí. Hace dos o tres meses capturaron aquí a varios integrantes de la banda los Urabeños. Eran 4 hombres normales y un enano. Al día siguiente nosotros titulamos: “Capturaron a cinco presuntos integrantes de la banda los Urabeños, y al otro día salí a la calle y en un puesto de venta un señor me dijo: “Ey, Pájaro, desperdiciaste el título, el título era: ‘Capturaron cuatro hombres y medio’. Tenía razón, lo desperdicié”, relata el redactor judicial de El Propio.

La experiencia personal media la reelaboración de informaciones, imprimiéndole un sello personal y enriqueciéndola. Álex Pájaro es amante de la música vallenata, conoce las historias de las canciones y de los artistas, y habla del tema con propiedad. En una ocasión, fue a cubrir un homicidio al Centro de Montería. Un hombre había ido a recoger a la novia y lo mataron esperándola, encima de su motocicleta. El celular del muerto timbraba y timbraba, y el *ringtone* era la canción *Muero por verla*, interpretada por Luis Mateus. Por eso, Pájaro tituló: “Murió por verla”, y en la noticia citó fragmentos de la letra de la composición. La jocosidad, sin embargo —dice el redactor— a veces le cierra puertas, pues algunos familiares de víctimas se niegan a darle información por temor a que él se burle del muerto. “Entonces me dan la información y me advierten: ‘Te doy la foto y los datos, pero cuidadito te vas a burlar con el titular’. En esos casos me limito”, explica.

Y agrega:

“Soy consciente de que llego a la exageración, pero también tengo mi ética. Mira: una cosa piensa el burro y otra el que lo ensilla. Te cuento: hace poquito hubo un accidente, un señor estaba robando energía en San Antero y un cable de alta tensión le mochó la cabeza en redondo; el tipo quedó en el poste y la cabeza en el suelo. Esa fotografía se publicó en el periódico y yo no estuve de acuerdo, pero ajá; eso generó repudio en el departamento, en la calle la gente se molestó.

Yo puedo tener humor y todo lo que se quiera, pero mis derechos llegan hasta donde comienzan los de los demás; yo sé hasta dónde puedo llegar... hay veces que me he extralimitado porque me emociono con la noticia, lo reconozco, soy consciente de que me he equivocado”.

6.1.3 Nivel Organizacional

Con respecto al nivel de la organización misma, tenemos entre los factores que la componen, los siguientes: Política interna, recursos asignados, servicios informativos, infraestructura, tiempo o espacio asignados y condicionantes individuales de los dueños o directores. El principal objetivo de las organizaciones es el económico, entre otras metas como generar un producto de calidad, servir al público y lograr el reconocimiento profesional (Shoemaker, Reese, 1994; Lozano, 2007, pág. 54).

Uno de los dueños del periódico El Propio, cuyo eslogan es “Sin pelos en la lengua”, es el administrador de empresas William Enrique Salleg Taboada, empresario y ganadero, quien a la vez es el propietario y director del diario El Meridiano de Córdoba, fundado en Montería el 18 de marzo de 1995. Salleg dice en privado y en público que los tres pilares fundamentales que sostienen El Propio son: sangre, sexo y brujería. La sangre la podemos ver en las cuatro páginas de la sección Tal Cual; el sexo, en la sección La Nena; y la brujería, en la columna El Propio Brujo, en donde un parapsicólogo les responde cartas a los lectores. Como ya dijimos, El Propio fue fundado el primero de octubre de 2007 y desde el primer día Pájaro forma parte de este medio de comunicación. Pero antes él había tenido otra experiencia laboral en El Meridiano de Córdoba, en donde había pasado por todas las secciones exceptuando Deportes, Agro y Cultura. A Montería había llegado el primero de octubre de 2006, tras una sugerencia que le hiciera Jairo León García, jefe de redacción del periódico El Mundo de Medellín, a Salleg Taboada.

Un principio o costumbre que existe en los periódicos del Grupo Meridiano, es que cuando se produce una amenaza contra uno de sus periodistas, los medios se unen y publican la información, como una forma de constancia para que las autoridades tomen cartas en el asunto en el menor tiempo posible. La noticia de la amenaza contra Pájaro fue cubierta no solo por el Propio, sino por todos los otros periódicos de la ciudad y por los noticieros nacionales. El redactor, frente a la noticia que registró su propio medio, se sintió bien representado.

“Sí, el periódico dijo las cosas como habían pasado. Pero al publicar la noticia se generó otro impacto. Por ejemplo, cuando yo me encontraba con conocidos o amigos en la calle, me decían: ‘¡Mierda, tú estás amenazado... hueles a vela! Entonces mucha gente se me alejó. Mira, otro caso, por las mañanas yo llevaba a unos niños al colegio y los papás me los quitaron. Me dijeron: ‘Claro, porque tú estás amenazado’. Yo hubiera hecho lo mismo, cuando hay peligro uno retira a sus hijos. Yo no le había comentado nada a mi mamá y ella vio la noticia de mi amenaza por Caracol Televisión, me llamó llorando... y eso era llora y llora, lo mismo que mis hermanos y mi papá. Mejor dicho, mi teléfono no paraba de sonar”, recuerda Álex Pájaro sobre los días posteriores a su amenaza.

Además del escolta personal que acompañaba al periodista a todas partes, las directivas de El Propio extremaron las medidas de seguridad para el ingreso a sus instalaciones, con vigilancia privada. Para entonces ya contaban con fuertes y altas rejas ubicadas antes del ingreso a la casa de dos pisos en donde funciona el periódico. Álex Pájaro se empezó a trasladar, como antes pero ahora mucho más, en su vehículo personal de vidrios polarizados. La alimentación de su guardaespaldas corrió por cuenta de El Propio. Las utilidades de la empresa estuvieron siempre protegidas y ninguna de sus políticas editoriales se vio perjudicada.

Otro aspecto muy importante en este Nivel Organizacional es el que tiene que ver con la autoregulación. Debido a las amenazas recibidas y a la molestia de algunas

personas, los mismos periodistas le han bajado el tono a la fuerza de algunos titulares y a la jocosidad de unos comentarios, especialmente en las informaciones relacionadas con las bandas criminales. Y hace un año y medio, con la llegada a Córdoba del periódico popular Al Día, las directivas de El Propio le pidieron a su equipo de Redacción “no usar tantos términos populares”, para competir con el nuevo medio en el mercado, cuyo estilo, si bien es ‘pueblo-pueblo’, maneja un lenguaje un poco más mesurado. Fue una estrategia de la Gerencia que tuvo eco en la sección Tal Cual las primeras semanas. Luego, cuando se dieron cuenta de que el impacto de Al Día no había sido el esperado, que no vendía más de mil periódicos y que El Propio no había bajado sus ventas, no siguieron insistiendo en la nueva política y Pájaro y el otro redactor judicial continuaron escribiendo de la misma forma irreverente, desenfrenada y rimbombante de siempre.

6.1.4 Nivel extramedios

Los factores que inciden en el nivel extramedios, se refieren al contexto en que la organización noticiosa y sus periodistas producen las noticias. Estos factores, por lo general, son los políticos, los económicos y la competencia de otros medios.

En el periódico El Propio las noticias políticas tienen muy poca importancia y rara vez se le hace eco a hechos relacionados con la economía o los grandes conflictos del hombre y sus necesidades. De la Alcaldía de Montería y sus programas no se hacen críticas, pues el mandatario de la ciudad, Carlos Eduardo Correa, es yerno del dueño de El Meridiano y El Propio, William Enrique Salleg Taboada; sobre Correa las noticias que salen son positivas. De El Propio se imprimen 18 mil periódicos diariamente, unos 8 mil más que El Meridiano, que es su competencia (competencia solo en informaciones judiciales y comunitarias). El periódico Al Día, perteneciente a El Heraldo de Barranquilla, que abrió sede a mediados del 2011 y que se perfilaba como la gran competencia de El Propio, no vende más de 300 ejemplares en Montería, según voceadores consultados para

esta investigación. El Universal de Cartagena, que tuvo por más de 10 años una planta de periodistas en Córdoba que escribían para una edición especial que circulaba en la región, cerró su sede en julio de 2012 por la baja circulación. En medio de este panorama, El Propio surge y crece en un departamento azotado por la violencia guerrillera, luego por la violencia paramilitar y en estos momentos por la violencia de las bandas criminales, brazo armado de narcotraficantes. Álex Pájaro, explicando un poco el contexto en el que interactúa El Propio, dice que en Córdoba primero existieron las guerrillas de las Farc y del EPL, las que vacunaban a los comerciantes y ganaderos.

“Fue una etapa que generó violencia, pero yo diría que la cura resultó peor que la enfermedad, pues se crean los grupos paramilitares para combatir a esa guerrilla, y estos inicialmente nacieron como con un romanticismo. Uno decía. ‘Sí, bueno, los paramilitares solo van a combatir a la guerrilla’. Pero qué va, esos grupos después se le salieron de las manos a los comerciantes, a los ganaderos, que fueron quienes los crearon, el paramilitarismo se les convirtió en un monstruo de 5 cabezas. Esa gente se convirtió en una rueda suelta, ¿por qué?, porque después de que ellos lograran su trabajo, porque en realidad lo lograron, que fue ahuyentar a la guerrilla de Córdoba, ya esta gente, los comerciantes y ganaderos, los quería sacar. Después de que la oligarquía y la gente de bien se sirvieran de ellos, comenzaron a mirarlos como pan de queso maluco, y los hicieron a un lado. A los desmovilizados nadie les dio una oportunidad laboral, todo el mundo los quería tener de lejitos”, dice el redactor judicial de El Propio.

El comunicador sostiene que por esa razón gran parte de los combatientes que salieron del monte fueron reclutados otra vez, pero en esta ocasión por narcotraficantes.

¿Entonces qué pasó? Que esa gente, resentida, sin saber hacer otra cosa que apretar un gatillo o robar, quedó sin oportunidad. Estamos hablando de miles y miles de desmovilizados. Y Córdoba es un departamento que depende prácticamente del presupuesto estatal. Aquí la

gente sobrevive de lo que medio pueda conseguir de colaboración, acá no hay industrias, no hay empresas, no hay nada que hacer, ¿entonces la gente qué hace?, vivir del departamento. Los gobernantes locales se preguntan qué hacer con esta gente, pues el Estado inicialmente no le enseñó a pescar sino que les dio el pescado, un subsidio por seis meses... esa plata les llegaba a esa gente por decir hoy y al día siguiente no tenían un peso porque enseguida se la iban a tomar en ron, y al día siguiente se le acababa y salían a hacer lo que ellos sabían hacer, atracar, matar. Entonces no hubo acompañamiento, ese fue el detonante. Carlos Castaño decía: 'La segunda generación de los paramilitares será peor', y es lo que está pasando. Cuando estaban los paramilitares todo el mundo sabía que había una organización, una estructura, un interés político, incluso, una cabeza, y si tú como ganadero o como empresario tenías un problema, llamabas a la cabeza y listo, te quedaba cuadrado, pero hoy en día no hay cabeza visible. Lo que está de fondo es el narcotráfico, ya no hay interés político. Y sostener ejércitos cuesta mucha plata. Ese el problema de la violencia en Córdoba", explica Álex Pájaro.

En lo que tiene que ver también con su forma de escribir y de mediar con humor las informaciones, el comunicador sostiene que lo hace a partir de su experiencia personal, y le saca beneficios al haber nacido en tierra antioqueña y vivido en Medellín y Montería, lo cual —según afirma— le nutrió su vocabulario y anecdotario. Esto es supremamente importante porque en el departamento de Córdoba, desde su creación, el 18 de junio de 1952, ha existido una alta presencia de antioqueños, quienes han traído su fuerza laboral, han comprado grandes extensiones de tierra, han fundado empresas y han echado raíces, lo que ha generado una fusión entre las culturas sinuana y paisa que es fácil de captar en el acento, en la escogencia de los nombres de los hijos, en los nombres de las tiendas, de las busetas, en la arraigada religiosidad católica, en la gastronomía, especialmente con la Bandeja Paisa. Recordemos, solo por poner un ejemplo de muchos, que el expresidente de la República, el antioqueño Álvaro Uribe Vélez, en la región de Colombia en donde tiene más tierra es Córdoba. Su propiedad más emblemática es El Ubérrimo, ubicada en el corregimiento El Sabanal (Montería), a

pocos metros del Aeropuerto Los Garzones y a 15 minutos en carro del perímetro urbano de la capital. No existen estadísticas de cuántos antioqueños residen en Córdoba, pero podemos inferir, por lo que hemos observado durante más de 10 años viviendo en la región, que el número es alto. Además, desde el punto de vista geográfico el departamento de Antioquia ‘abrazo’ a Córdoba. Por lo anterior, el hecho de que el redactor encargado de la sección Tal Cual conozca las dos culturas (Pájaro prestó el servicio militar en Montería y estudió en Medellín) lo faculta para expresarse con los códigos discursivos-populares de ambas regiones. De ahí que lo entiendan unos y otros.

Dice el periodista:

“El humor de nosotros acá los costeños es un humor muy extrovertido, libre, jocoso y fuerte. Cuando yo me fui a estudiar a Medellín, descubrí que el humor del paisa es fino, intelectual. Mucha gente dice que el cachaco no tiene chispa, mentira, sí tiene, lo que pasa es que es otro tipo de humor. Ellos no entienden el de nosotros. A mí me pasaba, yo contaba chistes allá y ellos no lo entendían, se reían de mis mímicas y después me preguntaban: ‘Venga acá, negro, ¿qué significa esto o aquello?’”.

6.1.5 Nivel ideológico

El factor ideológico se refiere a la visión y posturas políticas y culturales manifestadas en los esquemas mentales del periodista frente al acontecer. Factores ideológicos como el neoliberalismo, el sistema económico mundial, la relación centro–periferia, la modernidad y su relación con la tradición, el machismo, el extranjerismo, o los sistemas clientelares, condicionan, en el plano subyacente, los mensajes producidos por los periodistas.

En el caso del redactor judicial de El Propio, su concepto sobre la violencia en Colombia está relacionado con la creencia de que proviene desde el año 1948 y la guerra de los partidos políticos Liberal y Conservador. Dice que después de esa

época de violencia surgen las guerrillas y más tarde los grupos paramilitares. Este referente histórico-social coincide con el fantasma urbano de la muerte de Gaitán vista como una ruptura del devenir en Colombia, pues el país era uno antes de su desaparición y se convirtió en otro apenas acaecida su muerte. Este referente se constituye en un imaginario de un vigor capaz de atravesar todas las generaciones hasta el día de hoy. Se constituye en una especie de maldición que va mucho más allá de la coyuntura histórica y forma la piedra angular del origen de todas las desgracias que vive el país.

“El concepto mío es que es un problema meramente social. La injusticia. Es que hay mucha desigualdad social, la parte económica, laboral, todo, aquí para uno acceder a un cargo todo tiene que ser con política, en el Estado están siempre los mismos con las mismas. El acceso a la educación pública es un imposible, y el que logra hacer su carrera con sacrificio, cuando termina se encuentra con un problema es que peor que el que tenía antes de entrar: encontrar empleo. Mire: cuando uno no está capacitado, le sirve cualquier cosa, pero cuando ya uno va a la universidad allá a uno le dicen ‘cuando salgas tu vida va a cambiar, vas a tener un buen empleo o tu empresa, una familia, tu carro’; entonces, uno sale y se encuentra que la realidad es otra, totalmente diferente. A uno no lo preparan para ese choque, eso me pasó a mí”, recuerda Álex de Jesús Pájaro Mosquera.

Álex de Jesús Pájaro habita entre lo tradicional y lo moderno. Lo primero tiene que ver con el fardo católico que constituye en su visión de mundo, y que pudimos ver en el primer nivel, cuando Pájaro se considera “católico creyente” y cumple con el sagrado ritual de ir todos los domingos a misa. Lo segundo tiene que ver con el reconocimiento del fracaso de la lucha por la igualdad social, un ideario moderno que también se explica como fuente de buena parte de los problemas que vive la sociedad monteriana y cordobesa. La ausencia de oportunidades en materia de empleo, salud, vivienda digna, educación, cultura y recreación, entre muchos otros aspectos, ha marcado la vida personal del periodista Álex Pájaro y así mismo estos elementos se reflejan al momento de confeccionar las noticias, pues

aparecen una relación especular con su público; es fácil que la audiencia se identifique en virtud de un código popular expresado en la redacción, lo que genera una suerte de complicidad con la noticia, sus temas y su agenda. La ideología se expresa tanto en términos de lenguaje, como en términos de visión de mundo, la cual apunta a relatar en el diario acontecer la tragedia de la muerte con un tratamiento lleno de ironía, de humor negro y de vulgaridad.

6.2. Contenidos y mediaciones de El Propio

Como vimos en el aparte de las teorías, la mediación se constituye en un proceso de selección y de descarte de elementos, con miras a producir un producto noticioso según su forma y contenido. Habíamos dicho que: En la teoría de las mediaciones Serrano (1997) explica que la tarea específicamente comunicativa comienza cuando los emisores eligen, en el marco de ese acontecer público, determinados objetos de referencia. Serrano agrega que los datos deben expresarse en un soporte material que en el caso de El Propio es el papel periódico, en formato tabloide. Esta tarea comunicativa de los medios son operaciones de mediación y son precisamente estas las que ocurren antes, durante y después, según la dinámica comunicativa del periódico. Las operaciones mencionadas son:

- Mediación Cognitiva de los medios de comunicación opera sobre los relatos, ofreciendo las audiencias modelos de representación del mundo. Esta mediación está orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias, aunque para proporcionarle ese lugar sea preciso intentar la transformación de esa concepción del mundo.
- Mediación Estructural de los medios opera sobre los soportes, ofreciendo a las audiencias modelos de producción de comunicación. Esta mediación

está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas de cada medio productor.

A continuación presentaremos los resultados de un análisis documental sobre aspectos generales que caracterizan la forma y el contenido del periódico El Propio. Este tipo de análisis considera al producto comunicativo como un documento susceptible de ser desglosado en sus partes manifiestas y subyacentes.

6.2.1 Mediaciones cognitivas

El contenido de El Propio, producto de las mediaciones cognitivas está marcado por aspectos como: el denotativo, el connotativo y el mítico. Se trata de tres formas de significación que interactúan entre sí en el marco del producto comunicativo que es el periódico. Lo denotativo se refiere a la descripción concreta de cada una de las partes y elementos de dicho contenido, en este caso son los temas u objetos de referencia, los estereotipos, los datos de referencia de tiempo y lugar, los elementos de contexto, entre otros. Lo connotativo se refiere a los elementos subyacentes del producto periodístico y que conforman un conjunto de sugerencias, emociones, implicaciones e insinuaciones plasmadas en el texto. Por su parte, la dimensión mítica está referida a elementos arraigados en la subjetividad popular y que se vinculan al mensaje periodístico; en concreto, los mitos cumplen su función social a través de moralejas, que a manera de enseñanza se reciclan, se reafirman y se actualizan en virtud de su arraigo social y cultural.

- **Lo denotativo**

Para cumplir nuestro propósito aquí nos vamos a referir a ciertas categorías prácticas que encontramos en el contenido de El Propio en su sección de Tal Cual. Las categorías son agenda de temas, estereotipos, tratamiento de tiempo y lugar y elementos de contexto.

➤ **Agenda de temas**

La agenda de temas que ofrece Tal Cual a la audiencia de manera recurrente consiste en los siguientes tópicos: homicidio, hurto, infidelidad, engaño y estafa, brujería, riñas, accidentes caseros, accidentes de tránsito, accidentes de trabajo, hechos insólitos, entre otros. El homicidio en general está relacionado con el fenómeno de la violencia urbana en Montería, la cual tiene grandes fuentes como son el narcotráfico, la delincuencia común y el conflicto armado; no obstante, el homicidio se constituye en una explosión noticiosa que puede presentarse en cualquier otro contexto o fuente distinta de las anteriormente mencionadas. La muerte es el gran tema de Tal Cual que termina ofreciendo elementos aleccionantes una y otra vez a la audiencia. La lectura que la audiencia hace de los homicidios forma parte de la ritualidad colectiva que se hace alrededor de la muerte; de manera que Tal Cual contribuye a la formación de una expectativa cotidiana que consiste en interrogar “¿Quién cogió Propio hoy?”, o, en su defecto, dicha expresión cotidiana puede constituir en una advertencia o incluso en una amenaza: “Cuidado vas a coger Propio”. Tal Cual postula el tema del homicidio como un referente capaz de aglutinar a la sociedad alrededor de la fatalidad como un elemento que explica el diario acontecer de la ciudad y la vida de quienes la habitan.

Por su parte, el hurto debe su importancia noticiosa en virtud de la gran condena social a que se ve abocado. En contraste, la invisibilidad social del delito de peculado asociado a la corrupción generalizada en el sector público y privado se ve reforzada por la imagen de ladrones, rateros, jaladores, fleteros, piratas terrestres, raqueteadores, paqueteros, entre otros perfiles delincuenciales, que aparecen en el periódico. Un aspecto irónico sobre el gran tema periodístico del hurto está referido a los golpes de astucia con que ciertos individuos llevan a cabo asaltos imposibles a partir de su osadía, su innovación y arrojo; golpes de astucia que despiertan la admiración en la audiencia que los ve como manifestaciones del débil contra el fuerte, a la luz del referente de Robin Hood. Golpes memorables

que se han visto en Montería y que han sido registrados por El Propio con gran impacto en su audiencia, tenemos algunos como: el atraco al banco Colmena, cerca de un CAI de la Policía, en pleno Centro de la ciudad, hecho después del cual los atracadores, en medio de la huida, tiraron billetes por toda la calle, lo que congestionó el sector e impidió su captura; otro caso memorable es: el estafador bogotano que se hizo pasar por ciudadano norteamericano y logró engañar a dueños de hoteles, restaurantes, a prostitutas y a taxistas, entre otros.

Con respecto a la infidelidad, este se constituye en un tema que despierta especial morbo en la audiencia; en razón de la fuerza dramática del triángulo amoroso y el juego de engaños y máscaras que forman las estrategias del desamor, el despecho, el asesinato pasional, la poliandria, la poligamia, entre otras manifestaciones del uso social del amor. Frente al triángulo amoroso la audiencia toma partido por el engañado o engañada o por el conquistador o la 'daña matrimonios'; todo depende de la empatía con que los lectores se vinculan emocionalmente con uno u otro perfil de la historia. También, el público atribuye a este tipo de historias gran fuerza de humor, burla y chanza; y, por otra parte, estos contenidos, dependiendo del caso, genera repudia en virtud de la sevicia con que operan las venganzas. Un par de casos que ilustran este tema son: el hombre casado de Moñitos que fue a visitar a su amante en el barrio Colina Real de Montería, y al ingresar a la casa de esta lo mataron, hecho que registró El Propio de la siguiente forma: "Fue por canela y le dieron clavito"; el otro tiene que ver con la historia del hombre que le mochó la cabeza de un solo machetazo a su mujer en zona rural de Puerto Escondido porque la descubrió teniendo sexo con el hijo de él e hijastro de ella.

En relación al tema de engaño y estafa encontramos reacciones recurrentes en el público como pueden ser la indignación, el repudio social y una vez más la burla hacia los afectados. Este es uno de los temas que genera enseñanzas muy populares alrededor del mito 'no dar papaya', el cual veremos más adelante. Un ejemplo de este gran tema es el siguiente: el falso productor de televisión que prometió millonarios contratos y una superproducción sobre distintos aspectos del

departamento de Córdoba y su capital, Montería, y en virtud de ello engañó a funcionarios públicos, dueños de hoteles, alcaldes y ganaderos, entre otras personas. Por otra parte, la superstición es quizás uno de los temas favoritos del público, aunque no es muy recurrente en la agenda noticiosa. El tema de la brujería casi siempre está asociado con homicidios y con triángulos amorosos, pero es tal vez el tópico de los exorcismos el que más fascina a los lectores. La fascinación de la audiencia por el tema del contacto con el más allá y lo supranatural alimenta la sed de las masas por adentrarse a lo desconocido, lo cual adquiere visos de realidad, indicios y evidencias cuando aparece en la agenda periodística de Tal Cual y no en textos de ficción como folletines o películas; en otros términos, el papel periódico hace que estos temas se aproximen con gran relevancia cognitiva a la curiosidad popular. Un ejemplo de ello es: el delincuente de Tierralta a quien varios enemigos acorralaron y dispararon desde diferentes ángulos cercanos y ninguno de los tiros le dio porque, supuestamente, había sido asegurado por un brujo. Respecto a la categoría temática de las riñas, encontramos casos altamente recurrentes, es decir, de aparición diaria. Se trata de un tema muy esperado por la audiencia que aumenta su registro, en especial los fines de semana. En general las riñas tienen escenarios como las fiestas, el ámbito choferil, el mercado público, calles y esquinas. Un caso que podemos referenciar aquí es el siguiente: “Pupis se levantan a puñalá” fue un titular que llamó mucho la atención al público porque se registró en un escenario social poco común como es el de los estratos altos de Montería, pues se supone que allí acaece otro tipo de comportamientos ajustados a la urbanidad y a la etiqueta. La noticia se trató de varios jóvenes que asistieron a un matrimonio al Club Campestre de Montería, ubicado en el barrio El Recreo, y, al salir, se enfrentaron a cuchillo porque uno de ellos le faltó el respeto a la novia de otro.

El tema de los accidentes por lo general despierta en el público de Tal Cual un sentimiento de solidaridad y de acompañamiento en el dolor en relación con la desgracia ajena. El conocimiento popular frente a la ausencia de culpas en el relato de una tragedia, reacciona en actitud de acompañamiento, consuelo y

resignación respecto a los inocentes y sus deudos. Se trata de noticias que logran conmocionar al conglomerado social, tal y como son los accidentes de tránsito, la muerte de niños, accidentes caseros, desastres naturales y ambientales, conflagraciones e incendios, entre otros.

Por su parte, la categoría temática de hechos insólitos está formada por un elemento narrativo insospechado que puede integrar cualquiera de las categorías noticiosas anteriores. El hecho insólito constituye un giro que en la práctica periodística consiste en un recurso que le atribuye sorpresa y curiosidad al contenido de la noticia. Ejemplos de ello registrados en El Propio tenemos: en zona rural de Lórica, mientras un hombre defecaba entre el monte, una culebra la mordió el pene; un hombre que se vio decapitado por un cable de alta tensión mientras robaba luz; el sujeto que recibió 11 disparos en casi todo su cuerpo y no murió; la historia amorosa de John Bololó, quien en su peluquería, que a su vez es su residencia, convive con una pareja hombre y una pareja mujer, con quien tiene dos hijos.

Como consideración general, la agenda temática de Tal Cual en el periódico El Propio concentra la relevancia cognitiva más importante frente a los intereses de la audiencia en relación con el acontecer diario en la ciudad y el departamento.

➤ **Estereotipos**

De acuerdo con el pensador mexicano Ricardo Pérez Monfort el estereotipo sintetiza las características anímicas, intelectuales y de imagen, aceptadas o impuestas, respecto a determinado grupo social o regional (1999: 178). El estereotipo se manifiesta en una gran cantidad de representaciones, conceptos y actitudes humanas, desde el comportamiento cotidiano hasta las más elaboradas referencias de lo nacional. Así los estereotipos se cultivaron en ámbitos académicos, como en el terreno de la cultura popular, en la actividad política y en los medios de comunicación masiva. Es en esta última actividad donde el estereotipo constituye un recurso de primera mano a la hora de hacer comunicable

la noticia. Dicho lo anterior, entre los estereotipos más recurrentes en la sección de Tal Cual del periódico El Propio: el héroe, el villano, la víctima, el tonto, la chismosa, el abusador, conchudo o avivato; los infieles, el justiciero vengativo, entre otros.

El héroe, el villano y la víctima, se pueden considerar los estereotipos de más recurrencia en la aparición de las noticias y también como los recursos narrativos más aplicados en la confección de las mismas. En otros términos, casi todas las noticias ponen en interacción estos tres estereotipos, lo que hace altamente comunicables los textos; aunque hay que aclarar que muchas veces la relación se da solo entre víctimas y villanos, no obstante, se espera, en el ámbito de la audiencia, que aparezca el héroe en el desarrollo de los acontecimientos, este casi siempre está representado por un personaje espontáneo que se solidariza con la víctima y la salva de cualquier tragedia; el héroe también es encarnado por ciertos miembros de las fuerzas militares o de policía capaces de enfrentar y derrotar el mal. En cuanto al villano, está representado por todo aquel que se encuentre al margen del orden social, económico y legal, y que demuestre amenaza al conglomerado social y gran capacidad de daño. Allí tenemos, en especial, a personajes muy sanguinarios y que imponen su ley a través del horror y la muerte. Por su parte, las víctimas casi siempre son mujeres, niños, ancianos, discapacitados o personas reconocidas y apreciadas por la comunidad que han padecido la injusticia y los efectos negativos del accionar de quienes son considerados malos. El estereotipo del tonto, está fuertemente asociado a las actitudes y comportamientos ingenuos frente a ciertas situaciones o frente al accionar de ciertos avivatos y abusadores. En otros términos, el tonto es un tipo de víctima que se ve envuelto en estafas, engaños o triquiñuelas urdidas por los mencionados villanos, en virtud de su astucia. No obstante, cuando los tontos que aparecen en las noticias pertenecen al estrato social alto, una de las lecturas que se puede suscitar entre la audiencia popular es la de una venganza elaborada por el destino, en razón de la creencia de que todo lo malo en esta vida se paga, de una forma u otra.

La chismosa es un estereotipo que está asociado al personaje Niña Tulia creado por el escritor David Sánchez Juliao y que tiene su función social inscrita en lo que popularmente se conoce como Radio Bemba, es decir, una suerte de estrategia comunicativa del boca a boca, que se presta para manifestar la opinión colectiva frente a ciertos temas o decir verdades instaladas en lo que no se puede publicar, o a veces por el contrario relacionadas con malos entendidos, comentarios malintencionados y confusiones deliberadas; esto último, se constituye en elemento de desprecio por el estereotipo de la chismosa. Este personaje aparece en la agenda noticiosa de El Propio como un recurso para proteger a las fuentes o como una licencia que permite filtrar al público datos que no tienen ninguna confirmación. El abusador, conchudo o avivato es un estereotipo que hace fuerte contraste con el personaje del tonto, y como hemos visto, acude a sus estrategias de astucia y de engaño para timar a quien se lo permita. La lectura que el público hace de este estereotipo suele ser ambigua, pues algunas veces su osadía es admirada; pero de otra parte, genera desprecio sobre todo cuando engaña a los sujetos más inocentes, como por ejemplo quitarle un dulce a un niño. En El Propio podemos encontrar el registro de noticias que cuentan sobre engaños a ancianos con sus pensiones o con su inscripción a los programas del gobierno por parte de personajes sin ningún tipo de escrúpulos. Los infieles es un estereotipo predilecto por las distintas audiencias de El Propio, ya que este despierta el morbo por el plano íntimo y personal de los sujetos que se ven involucrados. Saber los detalles de la vida ajena y sus características en su sentir, pensar y actuar, representa materia de curiosidad, la cual es frecuentemente aprovechada por los periodistas para aumentar la venta de los periódicos. El justiciero vengativo, por su parte, es un estereotipo de un oscuro origen social, de ahí su carácter ambiguo, pues por un lado puede sustituir a la autoridad institucional, y de otro, su aspecto ilegal genera desconfianza. No obstante, este estereotipo puede generar confianza en un ámbito de perturbación social en relación con el conflicto armado, el desplazamiento y el narcotráfico. En muchas ocasiones El Propio el accionar de este estereotipo encargado en paramilitares, sicarios o 'bacrinosos'. Un ejemplo

de lo anterior, es: el Comandante paramilitar alias 08, en Santa Fe Ralito, corregimiento de Tierralta, castigaba a los hombres infieles con látigo y poniéndolos a hacer el aseo de baños por un mes, y a las infieles desterrándolas del pueblo. Ese mismo comandante mandó a pintar, en una Navidad, las fachadas de todas las casas de Tierralta. A esa orden se opuso el dueño de una vivienda, y como castigo algunos miembros de las AUC le pintaron de varios colores y en forma desordenada, el frente de su propiedad, por lo que tuvo, finalmente, que cumplir el mandato. También podemos contar aquí la amenaza que contra la empresa Electricaribe hizo en julio de 2012 la banda criminal los Urabeños, en el sentido de que si continúa quitándoles el servicio de luz a las comunidades en Montería y los municipios, van a asesinar a sus funcionarios y a los operarios de mantenimiento y van a quemar las sedes, en un acto de aparente justicia social.

➤ **Tratamiento de tiempo y lugar**

El tiempo y el lugar en El Propio no solamente aparecen como elementos de ubicación y referencia urbana, sino también como coordenadas del sentido urbano. Así tenemos que respecto al tiempo en las noticias la noche aún sigue siendo más peligrosa que el día, y en los fines de semana acaece la tragedia, más que en los días ordinarios. Lo mismo puede decirse de las distintas temporadas en el transcurrir del año. Por ejemplo, tenemos que en las tres temporadas vacacionales es cuando se presentan más accidentes de tránsito y ahogados; se trata de Semana Santa, vacaciones de mitad de año y las vacaciones de final de año, que es cuando registran más quemados con pólvora. Las temporadas del año en que se ven más atracos, al parecer, están relacionadas con el pago de primas y mesadas extraordinarias, los días de quincena, y para las fechas de las Fiestas de la Ganadería, en el mes de junio. Aparentemente en los demás meses del año se presentan en menor medida los actos delictivos; no obstante, la dinámica social en Montería y en Córdoba se deteriora, cada vez más, en materia de violencia urbana. Con relación a los lugares urbanos, estos se han visto reforzados como hitos en el marco de la agenda noticiosa de El Propio. Así tenemos claramente

marcadas las fronteras sociales según la geografía humana de Montería. El centro y el sur son la parte pobre y el norte la rica. El color de piel de las personas también determina su lugar social, lo que se imbrica con los estereotipos que aparecen en el periódico, de manera que las personas que se autoreconocen como blancas no solo viven en el norte, sino que aparecen en las páginas de Sociales del periódico El Meridiano de Córdoba; mientras que las gentes afrodescendientes y de origen indígena no solo viven en el sur de la ciudad, sino que aparecen asociadas a los sectores oscuros de la sociedad y son registrados en El Propio como sujetos del mal, o como sujetos susceptibles de la caridad pública y de la ayuda del Gobierno.

➤ Elementos de contexto

Estos se refieren a los diversos aspectos que constituyen la escenificación de las noticias registradas en El Propio; entre los elementos más destacables tenemos el estilo de vida y su lenguaje, la piedad popular y las manifestaciones del horror. El estilo de vida y su lenguaje conforman un código capaz de vincular el mundo de los lectores de El Propio y el mundo de los periodistas. Los estilos de vida y sus lenguajes se manifiestan a través de las prácticas de la vida cotidiana que tienen que ver con el gusto, la moda, las preferencias, las tendencias, las creencias, y en general, una sensibilidad colectiva capaz de aglutinar los sectores populares que a su vez son lectores de El Propio. Esta sensibilidad colectiva aparece en las páginas de El Propio mediante elementos y expresiones del lenguaje como: “Ay, chuchi”, “no lo salva ni el pita jalá”, “de mí no quedará ni el turbante”, “llórenlo”, “cipote e’ vaina”, “fuera e’ mier...”, “hazte el marica y coges Propio”, “listo pa’ la foto”, “pa’ las que sean”, “vale mía”, entre otras.

La piedad popular consiste en prácticas de la religiosidad que se expresa en ritos, creencias, rezos, plegarias, lamentos, clamores y todo tipo de referencias al más allá que constituyen en territorio social del salvamento, frente a la fatalidad del destino o la tragedia anunciada. La piedad popular deviene en invocaciones que pretenden contrarrestar el miedo y el horror; más que aparecer en las noticias de

El Propio, dichas invocaciones forman parte de la lectura del periódico por parte de la audiencia en donde encontramos expresiones como las siguientes: “Ay, Dios mío”, “Dios nos vea”, “que la Virgen del Carmen y el Espíritu Santo lo acompañen”, “¿qué hemos hecho para merecernos esto?”, “¿por qué a mí?”, “esta es una prueba de Dios”, entre otras. Las referencias al más allá son claramente conectadas por los lectores con distintos episodios del Apocalipsis bíblico, con miras a encontrar explicaciones sobre la situación generalizada de zozobra social. No obstante, en el quehacer periodístico de El Propio se usan como recursos noticiosos ciertos lamentos de la fuente, como por ejemplo: “¡Ay, Dios mío!, ¿por qué me lo quitaste?”.

Con respecto al elemento del horror como un aspecto contextual en la noticia, vemos que también se conecta con la sensibilidad colectiva, que caracteriza el signo de la época que se está viviendo en la realidad de Montería y del departamento de Córdoba. El horror como signo de los tiempos que corren en la actualidad es un elemento que subyace a los relatos noticiosos y que ambienta el sentimiento generalizado del miedo, el cual es una importante fuente de imaginarios con relación a lo que significa vivir en Montería. Horror y miedo se establecen como coordenadas sociales que le indican a la gente a qué horas salir o por qué lugares transitar. También indican cómo comportarse ante ciertas situaciones o ante ciertas personas dispuestas a hacer el mal, lo que está muy marcado por el devenir histórico del paramilitarismo y el conflicto agrario del departamento de Córdoba.

- **Lo connotativo**

Para dar cuenta de los aspectos subyacentes del contenido noticioso describiremos un conjunto de sentimientos que se encuentran sugeridos de manera recurrente en las noticias de Tal Cual. Sentimientos como: miedo, sarcasmo humorístico, sorpresa, escándalo, desesperanza, pánico, tristeza, paranoia y morbosidad, entre otros, que en general postulan a la fatalidad como la

gran explicación a las desgracias individuales y colectivas que ocurren en el marco de la vida cotidiana. Dichos sentimientos y sugerencias los visualizaremos a través de la siguiente tabla:

N°	Sugerencia	Consideraciones
1	Miedo	Se trata de una emoción predominante en la noticia, en razón de su poder imaginario y su incidencia en cómo se concibe vivir en la ciudad.
2	Sorpresa	Lo inesperado deviene como un motivo recurrente que alimenta la expectativa en la audiencia y por tanto, en un material noticioso altamente explotable.
3	Sarcasmo humorístico	Este sentimiento se constituye, muchas veces en un recurso periodístico para dar cierto enfoque a la noticia, que busca el efecto de la burla social y la hilaridad.
4	Escándalo	Esta emoción, está ligada a la sorpresa, pero casi siempre se instala en la amenaza al esquema de valores imperante en la sociedad y sus portadores como las instituciones sociales, públicas, privadas, religiosas, escolares entre otras; también, el escándalo puede ser indicio de indignación frente a ciertos casos de injusticia y así mismo frente a el cambio de lugar social de la tradición, entre otras consideraciones.
5	Desesperanza	Este sentimiento se expresa en el contexto social y tiene que ver con la resignación generalizada al momento histórico que vive Córdoba y su capital.
6	Pánico	Se encuentra muy ligado al miedo, pero, más allá se trata de un sobresalto en el acontecer cotidiano respecto a situaciones que se salen de control. Noticias relacionadas con el pánico se da en temas como las asonadas callejeras o en las cárceles, en las tragedias naturales o en la zozobra y el horror estratégico que promueven grupos armados al margen de la ley.
7	Tristeza	En ocasiones, este sentimiento es generado, en especial, por muertes o padecimientos injustos y con los que las gentes y la audiencia de El Propio muestra gran empatía y solidaridad.
8	Paranoia	El sentimiento de persecución se refleja en la erosión de la confianza social y en la ausencia de la fe pública, lo que deviene en comportamientos individuales y colectivos que tienden a instalarse en el mito de 'no dar papaya'.
9	Morbosidad	Esta emoción aparece respecto a la curiosidad popular, casi insaciable, por conocer detalles y aspectos de la vida íntima y personal de los demás. Es común en las noticias cuyo referente principal es la sexualidad.

- **Lo mítico**

Como hemos visto, el mito subyace más en el mundo de la cultura popular y en la audiencia, que en los mismos mensajes noticiosos (Fiske, 1984; pág. 87). En concreto, el mito en la sección Tal Cual del periódico El Propio aparece en forma

de premisa, es decir, ideas o conceptos a demostrar y que constituyen la enseñanza que se recicla diariamente en la agenda noticiosa. El repertorio de mitos, premisas o enseñanzas refuerzan la mencionada idea de la fatalidad como explicación de buena parte de las desgracias sociales y para operativizarlos echaremos mano de la forma de los refranes o dichos populares, los cuales son sentencias de carácter contundente, irrevocable y que no admiten discusión. Algunos de estos refranes que operativizan los mitos, son los siguientes:

Nº	Premisa	Consideraciones
1	➤ No dar papaya	Quizás sea esta la premisa más difundida entre los lectores del periódico, cuya enseñanza apunta a practicar la desconfianza social.
2	➤ Lo que no sale en el periódico no existe	Esta premisa apunta a reconocer la importancia y la relevancia cognitiva que tiene el saber noticioso de El Propio entre la comunidad de lectores.
3	➤ El centro y el sur son pobres y el norte ricos	Esta premisa apunta reafirmar a la ciudad como hecho social y sus realidades, las cuales deben ser aceptadas por todos.
4	➤ Que cada quien acepte su color de piel y no debe moverse de su lugar social	Esta premisa se refiere a la relación entre estereotipos que aparecen en prensa y su lugar social, lo que da cuenta de la reafirmación que el medio hace de la configuración del statuo quo
5	➤ Los ricos también sufren	Se trata de despertar compasión por la soledad de los ricos y mostrarlos como seres iguales a los demás.
6	➤ El suicidio es una prueba de amor	Buena parte de las muertes pasionales tienen que ver con los suicidios, los cuales son registrados en la prensa como manifestación auténtica del amor.
7	➤ El que la debe la paga	Este tipo de premisa justifica un aspecto extremos de la sanción social y que es ampliamente aceptada en el mundo periodístico y en el mundo de la audiencia
8	➤ Saber ser infiel a la pareja	El morbo frente a la vida íntima de las personas genera enseñanzas para no exponerse en la picota pública de lo que representa leer El Propio y ello sugiere el uso de la astucia para no ser descubierto en la infidelidad.

En general las mediaciones cognitivas llevadas a cabo en el ejercicio periodístico de El Propio suponen una constante interacción entre el mundo de los periodistas y el mundo del público lector. Ambos mundos comparten referentes míticos, connotativos y denotativos que hacen comunicables los mensajes noticiosos que aparecen a diario y explican la realidad cotidiana de Montería y Córdoba en un

contexto histórico marcado por la violencia agraria y su incidencia en las dinámicas urbanas que acaecen en la capital cordobesa.

6.2.2 Mediaciones estructurales

Las mediaciones estructurales se refieren a dos grandes aspectos que configuran los textos periodísticos. De una parte está el género periodístico informativo como tal y el tratamiento de lenguaje que hacen los periodistas de El Propio, y por otro lado está la diagramación de este tabloide y sus elementos característicos como son los recursos de la fotografía, los pie de fotos, los antetítulos, los titulares, el tamaño de la letra, los destacados, la ubicación de la noticia frente a la página, la publicidad que acompaña las noticias, los identificadores que distinguen una sección de otra, los colores, los contrastes, el número de columnas, entre otros.

La noticia es todo aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista tendrá gran repercusión social. Etimológicamente la noticia procede de la palabra *nova*, que significa cosas nuevas. Su propósito consiste en informar de un acontecimiento noticioso oportunamente, aunque Carl Warren considera que noticia puede ser aquello que le interesa publicar al director de una redacción. Uno de los autores más clásicos del periodismo, Emil Dovifat, afirma que la noticia constituye una “comunicación sobre los hechos surgidos en la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad” y considera que debería ser:

1. De utilidad y valor para el receptor.
2. Nueva, es decir, recién transmitida.
3. Ser comunicada a través de un tercero y, por consiguiente, expuesta a la influencia subjetiva de este. Esta influencia, que abarca desde el error inconsciente hasta la orientación consciente de la misma, está destinada a provocar en el receptor una determinada decisión (Moreno, 2000; pág. 171).

En la práctica noticiosa es estrictamente del género informativo; en contraste, en las demás secciones aparecen entrevistas y perfiles de ciertos personajes. No

forma parte de la política editorial de El Propio publicar géneros periodísticos como la crónica, el reportaje o practicar el llamado periodismo de proximidad, de profundidad o el anfibio, ya que estos se consideran característicos de otro tipo de publicaciones. En razón de la definición arriba mencionada encontramos que en la sección Tal Cual se lleva a cabo lo allí establecido, es decir, los contenidos se definen por una estructura donde casi siempre se cumplen las cinco preguntas reglamentarias de la pirámide invertida, lo que se redacta con un lenguaje simple, llano, directo y concreto. Lo anterior, va conscientemente enfocado con elementos del lenguaje popular, lo que le imprime identidad y carácter a la publicación, distinguiéndola de otras ofertas periodísticas.

De otra parte, respecto a la dimensión gráfica de El Propio, podemos visualizar que en su portada predominan los colores amarillo, rojo y, en menor medida, el negro. Estos colores son recurrentes en las letras que componen los mensajes de dicha portada; pero quizás el aspecto más relevante está en las fotografías que casi siempre son de dos a tres. En la contraportada, predomina la fotografía de una mujer semidesnuda o desnuda en otras ocasiones que viene acompañada de otras gráficas tipo recuadro sobre temas interiores, casi siempre hechos de sangre. En la fotografía de abajo podemos identificar las características de la portada:



Al interior del periódico, la primera sección que aparece es la de Tal Cual que, como ya hemos dicho, trata sobre las noticias judiciales. Esta sección abarca en general entre 4 y 5 páginas del total de las 16. Como podemos observar en la fotografía de abajo, cada sección se encuentra identificada por el nombre correspondiente y que se ubica en la parte superior de cada página acompañada del lugar, la fecha y la marca del periódico. De otra parte, el manejo del número de columnas puede variar de entre 2 y 5, lo que indica que se privilegia, más que el texto escrito, la fotografía, que viene siendo un criterio importante de la caja tipográfica. Los titulares siempre son anteceditos de antetítulos con una información que resume el contenido del hecho noticioso. Los destacados o ventanas siempre van en letra de color rojo un poco más grande que la normal, que es Century 11,2 por 12,7. Los pie de fotos siempre aparecen centrados debajo de la gráfica y algunas noticias son publicadas sobre un fondo amarillo, lo que a simple vista capta mucho más la atención del lector. También podemos afirmar que no existe límite para la extensión de los titulares, pues así como pueden ser dos palabras, como “Lo mató”, igualmente puede ser “Le echó fuego a la casa donde dormía su hija y ahora huye de la justicia”. Lo anterior lo podemos visualizar en la siguiente foto:



En el gráfico de arriba a la derecha, además de los aspectos ya señalados que caracterizan la diagramación, podemos encontrar una especie de subsección

titulada “Mientras usted dormía”, lo que connota un sentido de cobertura noticiosa durante las 24 horas, aunque también aparece ocasionalmente otro tipo de subsección titulada “¡Las Propias!”, que corresponden a un conjunto de destacados de corta extensión.

En general, la mediación estructural que llevan a cabo los periodistas de El Propio tiende a configurar un esquema gráfico capaz de portar el carácter incierto del acontecer social, de tal manera que se pueda hacer muy comunicable, a un público que logra distinguir los rasgos de diseño más importantes más importantes de este medio de comunicación; de hecho, los colores amarillo y rojo son los que más predominan en el paisaje cultural y urbano de los sectores populares de la ciudad de Montería, lo que hace que este periódico se inscriba en el código estético de la cultura popular, generando vínculo de empatía con su audiencia.

6.3. El mundo de los lectores de El Propio

6.3.1 Sentido inscrito en la esfera del consumo material

Un primer sentido se inscribe en la esfera del consumo material. Este está referido al acceso y posesión efectiva del periódico, lo cual, va más allá de la noción de canales de distribución del mismo. Se interroga por el acceso y la posesión de información de la sección Tal Cual de El Propio; lo que implica ciertos movimientos de parte del público. De una parte están los que no compran el periódico pero leen las noticias expuestas en las parrillas de exhibición en los puestos callejeros; están los compradores de frecuencia diaria, día por medio, semanal, ocasional; se encuentran los lectores que prestan el periódico con distintas frecuencias. Todo ello se patenta en los siguientes testimonios:

Marcos Segundo Ochoa Mestra, por ejemplo, manifiesta que no compra El Propio, sino que espera el momento propicio para pedirlo prestado. Por el contrario, Moisés Villadiego lo compra directamente y todos los días en virtud de su oficio como comerciante independiente. Una empleada doméstica como Marta Conde

manifiesta que el periódico se lo regala su patrona. En general, el acceso al consumo de El Propio se concentra más en su dinámica de circulación, lo que implica que un solo ejemplar puede tener al menos cinco lectores en un día, por su módico precio de 700 pesos. Sin embargo, hemos identificado personas que hacen una colecta de a 50 o 100 pesos cada una para comprar el diario. Otro aspecto del consumo material de El Propio se encuentra en el lugar en que este se lee. Los testimonios dan cuenta de varios lugares importantes, como lo son: el trabajo, la casa, la esquina, los puestos de venta y ciertos vehículos de transporte como busetas y taxis. Otro punto importante del consumo material tiene que ver con la capacidad de decodificación de la audiencia, lo que está relacionado su competencia lectora o condición de analfabeta o no. Así, los testimonios dan cuenta de personas que han aprendido a leer motivadas por el interés de acceder a la información de El Propio, y no depender de los comentarios de la gente letrada, como ocurrió en el barrio Santa Fe de Montería con cuatro ancianos que durante casi toda su vida habían padecido esta condición. Los testimonios apuntan al gusto que la audiencia tiene por decodificar el lenguaje escrito dado en la redacción noticiosa de El Propio. Un último aspecto de esta esfera del sentido tiene que ver con lo que ocurre después de leído el repertorio de noticias. Estos son los comentarios capturados:

“A veces lo comento con mi mamá y con mis amigas, para ver si se enteraron de lo que salió en El Propio, más que todo cuando hay muertos” (Marta Conde, ama de casa).

“Yo vivo con mi mamá y generalmente comento con ella. Usualmente tengo una tertulia con un grupo de amigos y compartimos lo que leemos en esa tertulia y El Propio, es de nuestras lecturas” (Ana Luz Navarro Gardeazábal, docente).

“Ahora en estos momentos, lo que más hemos comentado con los vecinos es la muerte injusta de un muchacho vecino, porque a todos en el barrio nos dolió eso” (Amelia Martínez, ama de casa).

“Con los vecinos del barrio y con los colegas. Hay noticias como la del profesor Hoyos con el asunto de las violaciones,

cuestiones que nos afectan o como esta noticia del asesinato de Jairo Ortiz, que yo no sabía y un amigo me comentó” (Marcos Ochoa, docente).

Como podemos ver, después de la lectura de Tal Cual, los lectores entran en una dinámica de conversación en donde la noticia es susceptible de ser reelaborada, interrogada y pensada a la luz de los comentarios que se dan entre vecinos, familiares y colegas. También, podemos darnos cuenta de que la conversación no solamente interpela a los sectores populares y a las personas con bajo nivel educativo, pues entre los testimonios encontramos a un profesor de primaria y a una profesora universitaria, quienes se encuentran interesados tanto por las noticias como por tener la oportunidad de construir una lectura sobre lo que acontece en la ciudad. Por otro lado, tenemos a un ama de casa que comparte el periódico con su empleada del servicio, lo que puede significar que se rompe las barreras sociales como la de clase para interactuar alrededor de la conversación sobre los hechos noticiosos.

Es muy importante recordar que El Propio es un periódico vespertino, a las 2:00 ya se encuentra en los puntos de venta, lo que significa que a partir de los contenidos noticiosos de Tal Cual surgen los temas de conversación de la audiencia, en una clara muestra de que es el diario el que incide en la agenda del diálogo todas las tardes. Entonces se habla de la forma en que mataron al hombre adentro de su carro mientras esperaba el cambio del semáforo, la manera en que el pandillero fue emboscado en una calle oscura, los detalles de la infiel sorprendida por el marido en pleno furor del amor o las características del accidente en el que pereció alguna persona, entre otros casos. Tal es el efecto social que genera el consumo material de El Propio.

6.3.2 Sentido inscrito en el acceso al consumo cultural

El segundo sentido está relacionado con el acceso al consumo cultural. El recuerdo de los textos periodísticos leídos por los entrevistados, permite reconstruir el consumo predominante en diferentes épocas y, a través de él,

acercarnos a la formación de los gustos populares. Gusto popular y hábitos de lectura permiten percibir el modo en que la sección Tal Cual fue definiéndose como medio y la manera en que esa definición marca culturalmente a los sectores (Mata, 1999: 307). De manera que el valor simbólico de la página se da en los significados del miedo y, principalmente, en la forma de regodearse con la narración del miedo. La apuesta es que hay un gusto popular por los relatos del miedo y de la violencia, a partir de la noticia vista como producto cultural.

En la lectura de Tal Cual, los relatos de violencia pasan de ser metáfora a testimonio de vida (Sunkel, 2001: 36). Los lectores populares leen en estos relatos su propia vida, una vida que en ocasiones parece una novela. Allí “se encuentran con un sentimiento fundamental: el miedo, a la vez como experiencia de la violencia que amenaza permanentemente a la víctima –esa que el lector popular conoce tan cerca– y como esperanza de revancha, como resentimiento y sed de venganza” (Martín-Barbero, 1987: 128). La sugerencia apunta a relacionar el gusto por los relatos noticiosos del miedo con la emergencia de fantasmas imaginarios que circulan la ciudad. En ese sentido se puede interrogar: ¿Hay una fascinación popular por las noticias, por las narrativas de los hechos de sangre?, en ese sentido, podría en consecuencia plantearse: ¿Qué fascina en la lectura de la sección Tal Cual de El Propio?, una respuesta provisional es: las explosiones. Al respecto vale la pena traer a colación las consideraciones del catedrático español en periodismo Lorenzo Gomis sobre el concepto de explosión.

“Las explosiones son el término imprevisto de procesos inesperados. Un volcán entra en erupción, un hombre enloquecido se asoma a un balcón y dispara. Un tren se descarrila, un coche bomba estalla. La medida de la importancia del hecho es el número de muertos. Son a la vez el rasgo periodístico más raro y el más destacado. Representan la irrupción de la alarma en la sociedad. A un mismo número de muertos, el atentado terrorista es más noticia que el accidente de tráfico y éste que el desenlace natural de una enfermedad incurable. La razón es sencilla: las repercusiones que se esperan de las víctimas de los terroristas son mayores que las de los muertos por accidente

de circulación y esta es mayor que las defunciones normales en un hospital. Las explosiones llaman fácilmente la atención de todos. Circulan rápidamente y de boca en boca: todo el mundo actúa como fuente interesada, y los propios medios en primer término, puesto que las explosiones son hechos que provocan la alarma social” (Gomis, 1991: 97).

En el marco de esta investigación, la sugerencia apunta a que las explosiones fascinan a los lectores de la sección Tal Cual de El Propio en tanto sus contenidos y sus relatos. Los siguientes testimonios pretenden ofrecer pistas de las llamadas explosiones y su relación con el miedo, el nerviosismo colectivo y la posible fascinación y el morbo social.

Marta Conde López dice que sí le gusta leer los relatos violentos porque tiene que saber qué es lo que pasa en el mundo, en tanto que la razón de Moisés Villadiego Ochoa es diferente, en el sentido de que él los consume para estar informado y ser una voz de apoyo al actuar como consejero especialmente en las situaciones que revisten intolerancia. Por el contrario, Amelia Martínez Arrieta, ama de casa y víctima de estafa con un supuesto subsidio de vivienda en el barrio Pastrana Borrero, revela que no le fascina leer los relatos violentos porque “le dan cosita”, refiriéndose a que le producen miedo y alteran su tranquilidad. En términos generales, los lectores entrevistados para esta investigación, consumen las informaciones que dan cuenta de hechos violentos como una forma de interactuar con su realidad y la realidad del mundo, por un impulso personal de morbosidad que les incita a formar parte de lo que se habla en el salón de belleza, en la breve tertulia que se arma en la tienda de la esquina cuando se encuentran las señoras que van a comprar los ingredientes para la comida, en el paradero de buses, en la bahía de mototaxistas, en las terminales de transporte, en las cafeterías de las universidades. En este punto vale la pena señalar una situación curiosa que explica claramente un comportamiento social que raya con la hipocresía y la doble moral, como es la que tiene que ver con el hecho de que varios de los entrevistados consuman las informaciones de El Propio a pesar de criticar ocasionalmente la forma desparpajada en que las aborda el medio, lo mismo que

las exageraciones en las que incurre y las ‘faltas de respeto’ que detectan en algunos de sus titulares. Critican a El Propio, pero lo leen, porque tienen que estar en la onda, porque no se pueden quedar sin saber quién murió, quién mató, a quién capturaron, dónde fue el atraco y cuánto se robaron, mediante cuál modalidad de engaño se produjo el hurto, lo que explica que en la sección Tal Cual de El Propio los lectores hallan avisos o advertencias sobre la criminalidad, la inseguridad y los peligros en general, que les previenen de por dónde están los malos, cuáles son las nuevas estrategias de los delincuentes y qué sitios implican peligro, entre otros mensajes capturados en el proceso de lectura. Por otra parte, en la mayoría de los entrevistados encontramos un gusto por la narración del miedo, igual al de la persona que afirma no gustarle el cine de terror pero lo ve así sea tapándose levemente los ojos con los dedos de sus manos.

A continuación, algunos testimonios:

“Bueno, que me fascine... (Risas). Sí, sí, me gusta leer los relatos violentos y me gusta la forma cómo los plantean en el periódico, porque pienso que es un medidor de la cultura violenta que tiene el país y de la forma en que la gente ha aceptado y convivido con esta violencia” (Ana Luz Navarro Gardeazábal, docente).

“No me fascina, sino que uno ve que nuestra sociedad se ha ido llenando de esa violencia desde hace muchos años y uno quiere estar enterado de esas cosas que están pasando” (Marcos Ochoa Mestra, docente).

“Es triste, pero cuando en El Propio no sale muerto, uno dice que salió malo porque nos enseñaron a que El Propio era violencia desde que salió, que muestra violencia” (Irma Rondón Granada).

En las anteriores declaraciones apreciamos que el lector de Tal Cual, antes de enfrentarse a las noticias, es consciente del tono de aquello con lo que se encontrará. De alguna manera podemos decir que, de acuerdo a su experiencia frente a este medio de comunicación, ya está avisado de la forma en que le transmitirán los mensajes, de la escabrosidad, de lo estrambótico, lo políticamente

incorrecto pero curioso y llamativo, entre otros aspectos. Hallamos también que Gomis tiene razón en cuanto a que las explosiones noticiosas llaman fácilmente la atención y circulan rápidamente de boca en boca provocando alarma social, pero debemos decir que hemos apreciado también que no siempre la tiene en lo relacionado con lo fascinante, pues según algunos testimonios hay lectores que no encuentran fascinación en los relatos del miedo, esos que están inscritos en los acontecimientos de la criminalidad y en los asuntos del más allá, de lo oculto, como lo podemos apreciar en esta declaración de la señora Marta Conde López, ama de casa de estrato 1 y empleada del servicio doméstico: “Lo que me da miedo es a veces cuando salen cosas como que se aparece un aparato o el diablo, por ejemplo esa noticia de La Llorona, eso me da miedo a mí. También me da miedo cuando veo que un hombre mata a la mujer (risas). Cuando leo que matan a una mujer, yo me pongo a pensar que ella fue muy boba, porque se fue para ese motel viendo que ese hombre la iba a matar, esas cosas me dan risa y a la vez me ponen nerviosa”. Conviene aclarar, sin embargo, que al final de este testimonio, cuando ella dice que la noticia de la muerte de una mujer le da risa y a la vez la pone nerviosa, existe cierta ambigüedad que denota una lucha interna entre los miedos personales elaborados a partir de las anécdotas o experiencias de su vida y la morbosidad que la impulsa a enterarse de aquello grave que sucedió y que le compete por cuanto ella integra la sociedad en donde se produjo, conoce a la víctima o al victimario, ha estado en el lugar en donde sucedió el hecho o es cercana a alguien que fue testigo del acontecimiento.

Otro aspecto que nos llamó la atención es el hecho de que los lectores le agradezcan a El Propio que los mantenga informados de lo que sucede aun cuando la agenda de noticias refleje peligro, desesperanza, terror y adversidad. Podríamos apostarle a la idea, pero no en el sentido estricto del término, de que algunas veces El Propio como anunciador de hechos trágicos, como transmisor de realidades dolorosas solo en lo relacionado con Tal Cual, extiende y multiplica la zozobra colectiva en una región históricamente conflictiva, de alta presencia de guerrillas, paramilitares y bandas criminales. Sin embargo, nos atrevemos a

afirmar, de acuerdo a lo analizado a lo largo de esta investigación y tras conversar con varios lectores, que de no existir El Propio sería todavía peor. La declaración que mejor ilustra lo anterior es la que nos dio el profesor Marcos Ochoa Mestra: “Como está el país no debería darnos miedo nada, pero aquí afecta saber que en nuestra comunidad casi que a diario se ven hechos violentos, mucha tragedia, mucha masacre y que quizá antes de El Propio no se conocían. Hay que reconocerle al periódico que ha hecho visible una problemática que anteriormente no se conocía”.

6.3.3 Sentido inscrito en el acceso al saber

El tercer sentido se asocia con el acceso al saber. Como se mencionó en la primera categoría “estar informado” es una necesidad, es un invento moderno, pues, se trata de ordenar en la mente colectiva la creciente complejidad de la vida urbana y el imperativo de orientarse en ella. La información de Tal Cual es un saber instrumental que, ilusoriamente, transparenta el mundo de los hechos judiciales, criminales, violentos a través de relatos noticiosos. De manera que el saber de El Propio posibilita no “quedar al margen” de lo que ocurre, de esa realidad mediada por el periódico. ¿Qué opinión de ciudad habita en los lectores de El Propio? Para dar cuenta de los saberes populares que habitan en el mencionado vínculo entre mundo popular y mundo periodístico, veremos a continuación algunos testimonios.

Pero antes, nos resulta interesante descubrir que entre esos saberes hay algunos que se basan en las visiones apocalípticas del mundo, con la histórica creencia de que acabándose el planeta y resurgiendo de nuevo ‘las cosas podrían mejorar’; en esta mirada, hay, lógicamente, un fuerte componente de desesperanza asociado a que ‘ya nada podrá ser mejor’, mirada, sentir o saber que se inscribe en el momento actual de caos colectivo que vive el mundo y que los medios no se cansan de registrar las 24 horas del día: guerras, crisis económicas, contaminación ambiental, calentamiento global, pobreza, corrupción, pérdida de

valores, masacres, violaciones, homofobia, racismo, violencia de género, abusos de poder, falta de oportunidades, hambre, entre otros factores.

Ana Luz Navarro Gardeazábal considera que aún no se ha descubierto una fórmula para superar los problemas de violencia en Montería, esos que diariamente publica El Propio. Al respecto, comenta: “Esa fórmula aún no la tenemos, no la hemos tenido en Colombia en 60 años de violencia ni en el mundo. Es difícil decirlo, pero tal vez... que pase lo que dicen los Mayas, que de verdad se acabe el mundo y empiece un nuevo orden, yo creo que sería la única solución”.

Uno de los medios que comunica parte de esa desesperanza en Montería es, lógicamente, El Propio. Pero no se trata aquí de entrar a calificar ni mucho menos juzgar ya que no es ese el propósito de esta investigación. Es simplemente una consecuencia de todo el cúmulo de información que se publica en Tal Cual, algo que El Propio muestra sin ambigüedades, de frente, sin doble moral y asumiendo la responsabilidad de lo que dice. Y precisamente sobre eso, en cuanto a la transmisión de los mensajes y al éxito que ha tenido El Propio en los sectores populares, esta lectora, Ana Luz Navarro, considera lo siguiente:

“Antes apenas teníamos un diario (El Meridiano de Córdoba), y aunque todos sabemos que El Propio y El Meridiano pertenecen a la misma casa editorial, definitivamente pienso que El Propio se acercó más a la gente, al pueblo; cuando hablo del pueblo me refiero a todos, indudablemente, porque su lenguaje tiene más ese espíritu del Caribe, como el cuento de la ironía y el humor que podemos encontrar en casi toda Colombia, pero que se acentúa más en el Caribe. Esa ha sido la expresión de la gente, es decir, ha tenido la acogida que ha tenido porque la gente se identifica con lo que está ahí planteado y la forma en que está planteado”.

Al respecto, Amelia Martínez Arrieta considera:

“El Propio no es que sea violento, lo que pasa es que ellos (los periodistas) ponen lo que la gente les comenta, la gente es la que exagera, por ejemplo esa señora que dijo que el muchacho la había violado, ella les dijo eso y eso pusieron, y la cosa no fue así”.

En los anteriores testimonios podemos apreciar que algunos lectores son conscientes de la forma en que el medio que consumen los captura como receptores; es decir, están avisados y avanzan en la compra, en la lectura y apropiación y diálogo posterior de El Propio a sabiendas de que los periodistas y los dueños de ese medio usan la esencia del lenguaje popular, con todas sus connotaciones y características, como estrategia de venta y aceptación, sobre lo cual los lectores no muestran mucho interés siempre y cuando les sigan dando lo que ellos como receptores quieren y esperan hallar allí. Irma Rondón Granada tiene un concepto relacionado con lo que acabamos de decir:

“El Propio no es que le haya traído beneficio a la ciudad, pero entera a los barrios donde la gente no tiene para comprar El Meridiano o El Espectador. En El Propio sale lo mismo que en El Meridiano, pero El Meridiano no lo salen a vender a las invasiones o a Villa Paz”.

La docente Ana Luz Navarro Gardeazábal piensa algo distinto. Ella no cree que El Propio exagere la realidad, por el contrario, sostiene que se queda corto como espejo de la ciudad:

“No, yo pienso que la ciudad sí es violenta, es más, pienso que la gente cree que El Propio exagera... eso pasa por recurrir al humor y hacerlo de forma jocosa, pero realmente la ciudad es más violenta incluso de lo que dice El Propio”.

A su vez, Irma Rondón Granada, consume El Propio a sabiendas de que le oculta algunas verdades que no le conviene publicar, como por ejemplo los hechos negativos relacionados con la Alcaldía, porque el mandatario municipal, Carlos Eduardo Correa, es yerno y cuñado de los dueños del medio. Ella, sin embargo, le da poca importancia a eso:

“A veces se exagera y tampoco muestran muchas verdades porque no les conviene, lo que deben mostrar como las inundaciones y lo que tiene que hacer la Alcaldía, no lo

muestran y tampoco lo van a mostrar en estos cuatro años. Todos los periódicos exageran, aunque yo soy hincha de El Propio, de los periodistas, ¡amo El Propio!”.

De acuerdo con la realidad violenta que padecen, en donde impera la inseguridad y el miedo colectivo, la visión de ciudad a futuro que hoy tienen los lectores consultados es pesimista. Se nota que tratan de sobrevivir lo mejor posible, esquivando el mal sin meterse en problemas, acomodándose a las circunstancias. Incluso, en las entrevistas con ellos nos pudimos percatar de que algunos prefieren callar para conservar las ventajas de seguridad que les brinda mantener un bajo perfil, sabiéndolo administrar. Por ejemplo, calla quien se gana un chance, hace un buen negocio o se encuentra un dinero, para no ser víctima de extorsiones; calla quien conoce a los homicidas, a los atracadores, para evitarse las represalias; calla el testigo de un crimen, para no ser asociado con denuncias ni con la víctima; calla quien conoce de un abuso sexual, para no echarse encima a familiares de la persona afectada o del victimario y a los vecinos que toman partido. Sus experiencias y las mismas noticias que publica El Propio, les han enseñado que quien delata se muere, el que ostenta en medio de tanta pobreza se castiga, el que denuncia se calla a las malas, al que osa de ser un buen ciudadano se le da un escarmiento, en fin. El imperio del silencio les resulta una trinchera que significa algo así como ‘lo menos peor’. Ya sabemos por otros estudios que no es precisamente la solidaridad una característica de estos tiempos que vive la Humanidad.

Con relación a cómo creen los lectores consultados que será Montería en unos cinco años, esto respondieron:

“Con esas situaciones que se están viviendo, la verdad es que no quiero ni imaginármelo, porque la violencia nos está ganando la partida”. (Moisés Villadiego Ochoa).

“Yo me imagino que todo estará peor, porque hay muchos niños que ya pintan lo que van a ser y de aquí a cinco años nadie se los va a aguantar”. (Amelia Martínez Arrieta).

“Así como vamos con esta violencia, será el fin del mundo, digo yo”. (Risas). (Marta Cecilia Conde).

La mayoría de los entrevistados cree que la violencia que padece la ciudad tiene sus orígenes en hechos del pasado relacionados con la penetración del paramilitarismo, fenómeno cuyos tentáculos se expandieron por cada uno de los rincones de la sociedad. Los lectores entienden que lo vivido hoy se da por culpa de los errores cometidos ayer, principalmente por la clase dirigente y las figuras del poder económico. En ese sentido, la lectora Navarro Gardeazábal considera que los cordobeses adinerados tienen responsabilidad en lo que se vive actualmente, por incurrir en maniobras acomodaticias y por la inversión de algunos valores:

“Pienso que se debe en parte por lo permisivos que hemos sido los cordobeses frente a todos estos fenómenos; mientras en cualquier otra sociedad hubiera sido desastroso ser amigo de un paramilitar o narcotraficante, para la mayoría de los cordobeses de dinero era un orgullo ser amigo de este tipo de personajes, es más, buscaban alianzas y amistades con ellos. Eso tiene que ver con lo que está pasando, hay que pagar un precio por todo lo que hacemos, cada acción tiene una reacción y evidentemente, esto ha sido parte de ese fenómeno”.

Los lectores tienen un conocimiento que ponen a interactuar con las lecturas que hacen en la sección Tal Cual. En términos generales, creemos, luego de conversar con ellos y de escuchar varias de sus tertulias tras informarse de lo publicado en El Propio, que algunas explosiones noticiosas sí los sorprenden, especialmente las relacionadas con hechos insólitos o inauditos en Córdoba o cualquier parte del mundo, en lo cual hallan sorpresa y humor; en cuanto a los acontecimientos violentos, si bien algunas personas se conmocionan al verlos

registrados en el diario, la mayoría los ve como sucesos que ya forman parte de la cotidianidad. Si se nos permite, podríamos decir que un lector, a no ser que se trate de un homicidio que alcance ribetes de película, encuentra pocos elementos nuevos entre un homicidio y otro, a parte del nombre de la víctima y el lugar donde lo sorprendió la muerte. Por lo demás, el lenguaje de la redacción judicial de Tal Cual es redundante, al usar, en uno y otro caso, expresiones como: “Sin mediar palabras los sicarios lo asesinaron...”, “Los criminales huyeron del lugar con rumbo desconocido”, “El sujeto murió en el acto”, “A bordo de una motocicleta de alto cilindraje” o “Las autoridades investigan los móviles del hecho de sangre”.

6.3.4 Sentido inscrito en el que la prensa escrita se asocia, a escala popular, con un imaginario

Un cuarto sentido es en el que la prensa escrita se asocia a nivel popular con un imaginario del miedo, sensación de inseguridad e incertidumbre generalizada. Relatar en noticias el miedo, es suscitar un imaginario colectivo a su alrededor. Más allá del comentario, de la opinión, de los rumores o los chismes está la idea que nos formamos de ciudad. De manera que, mediante esta categoría se pretende comprender cómo se concibe, cómo se construye la ciudad a partir de la sección Tal Cual de El Propio.

Esta categoría pretende seguir la pista del imaginario del miedo en la matriz del tiempo, dada en la historia de vida de los informantes claves. De modo que un intento por vislumbrar un devenir, en ese sentido, se da durante las décadas de los setenta y principio de los ochenta cuando había una sensación generalizada de tranquilidad y el mapa de los lugares del miedo estaba asociado a barrios marginales, zonas de tolerancia, sectores rurales integrados en la ciudad, lejanías que configuraban las fronteras solitarias de Montería. El miedo estaba asociado a ciertas prácticas criminales esporádicas y repudiadas por turbas que perseguían rateros, ladrones, asaltantes. El miedo de entonces habitaba en la noche, en la madrugada. De manera acelerada, la década de los noventa devino en una

percepción general de incremento inusitado del miedo, en razón del fenómeno de impunidad, del desplazamiento de campesinos a la ciudad y de la presencia de actores armados en el perímetro urbano. El miedo de ahora ocurre a plena luz del día con incursiones a mano armada, atracos, violaciones, ajuste de cuentas, desapariciones, persecuciones, asesinatos. El miedo de antes y el miedo de ahora tematizan la sección Tal Cual.

Esta progresión del miedo en el tiempo en relación con el texto periodístico, está presente en la perspectiva de los entrevistados, quienes hablan desde ámbitos y sentidos cotidianos, de manera que, desde allí Tal Cual se instala en la cultura de los sectores populares, con la fuerza que no han logrado las páginas de comunidades ni las de hechos nacionales e internacionales, a excepción de las de Deportes y Sociales. Es así como las páginas de judiciales de El Propio se vuelven una necesidad que se incorpora al campo de necesidades socialmente reconocidas y cuya satisfacción modela comportamientos, crea conflictos, y se inscribe en el modo global de los diferentes ámbitos de conversación de temas de El Propio, lugar donde bullen los imaginarios del miedo.

Moisés Villadiego Ochoa considera que con la llegada de El Propio a Montería ahora el miedo se expandió, pues antes en dos barrios distantes sus habitantes no sabían lo que acontecía en uno o en otro; ahora, no solo se sabe en estos sectores, sino que esas realidades violentas caminan por el resto de Montería, todo Córdoba, el Bajo Cauca Antioqueño y el Urabá, regiones por las que circula este medio de comunicación. El Propio de alguna manera les rompió las distancias. “Antes vivíamos ignorantes, ahora cualquier cosa que sucede en otro barrio la sabemos enseguida, y eso nos da temor”, comenta Villadiego. Marcos Ochoa Mestra, docente, por su parte ha aprendido en lo que ha leído a lo largo de varios años en la sección Tal Cual de El Propio, que tiene que estar alejado de las personas desconocidas, o sea, ha captado el mensaje implícito de que el extraño encarna peligro. “Lo que nos dice ahí es que deberíamos estar alejados de las personas que no conocemos, porque en cualquier lugar donde uno esté

departiendo puede haber alguien que tenga una culebra y puede afectarlo a uno también”.

“El Propio dice que uno se tiene que cuidar de los ‘chirretes’ y los ladrones. Son gente que viene de otras partes a hacer la maldad aquí, pero como uno ahora ya no sabe quién es el bueno y quién es el malo, tiene que estar pilas con todo el mundo”. (Marta Cecilia Conde).

“El miedo se ha apoderado de la humanidad. Por ejemplo, los padres ahora lo piensan cuando sus hijos van para la calle solos, antes uno se iba para el colegio hasta a pie si le quedaba cerquita. Ya el miedo se ha apoderado de muchos renglones de la vida cotidiana de las personas y creo que hay miedo en todas partes. El grupo de amigos cada vez es más restringido, te da miedo hacer nuevos amigos o conocer nuevas personas, porque no sabes quiénes son. El miedo se ha apoderado de la vida en muchísimas instancias del hombre”. (Ana Luz Navarro Gardeazábal).

“Me da un miedo que a veces no quiero salir de mi casa, no quiero subir las cortinas de mi apartamento, porque me da mucho miedo. Yo fui víctima de un atentado y siempre ando con miedo, uno siempre tiene el terror ahí cerca, entonces no sé, le tengo miedo a todo y me cuido de todo”. (Irma Rondón Granada).

Queda claro en estos testimonios que no sería una exageración afirmar que la sociedad monteriana se encuentra asustada. De hecho, en las calles de la ciudad es fácil observar el nivel de desconfianza en el que viven sus habitantes. La gente mira con desconfianza a los hombres que llevan el cabello rapado porque los asocian con las bandas criminales o con policías; las mujeres llevan fuertemente agarrados sus bolsos, tal como sucede en Medellín y Bogotá para evitar raponazos; según el Comando de Policía Córdoba, se han disparado los pedidos de escolta por parte de ciudadanos que retiran dinero en los bancos y necesitan trasladarse a empresas o viviendas, al punto de que un día de quincena la institución recibe hasta cuarenta solicitudes; existen ciertas señales de tránsito que no son respetadas por los conductores de vehículos particulares porque están ubicadas en esquinas en donde podrían ser atracados y asesinados; en este

orden de ideas también hemos captado que son muchos los carros que transitan por la ciudad con vidrios de niveles altos de polarizado, a través de los cuales nada se puede observar hacia adentro; en la ciudad han abierto negocios de instalación de alarmas para residencias, lo que hasta hace unos cinco años no existía; muchas empresas medianas y hasta tiendas grandes y graneros reconocidos han contratado servicio de vigilancia privada y prolifera por toda la ciudad la instalación de rejas gruesas y más altas de lo normal en casas, apartamentos y negocios; así mismo, en los almacenes de cadena como el Éxito y Homecenter se están vendiendo circuitos cerrados de televisión, cámaras para las entradas principales y sistemas de comunicación como citófonos, para usar dentro de circuitos telefónicos cerrados. Entre las parejas jóvenes de novios o recién casados, hemos escuchado que lo mejor, por seguridad, “es vivir en un apartamento en un edificio”, porque hay recepción y vigilancia.

El miedo que se respira en la ciudad ha hecho que la gente use mucho más las aplicaciones de comunicación de textos de los teléfonos celulares modernos, para avisar cuando van a salir de casa, tomarles fotos a las placas de los taxis en los que se montan, revelar el momento exacto de la salida o entrada a un banco o tomarles fotografías a personas sospechosas y enviárselas en el acto a familiares o autoridades. La sensación de miedo generalizado, muchas veces justificado por los acontecimientos que se ven diariamente, ha hecho desaparecer aquella costumbre que se tenía de darle valor a la palabra de una persona. En estas tierras del Sinú, cuando un hombre decía “te pago” o “yo respondo”, por ejemplo, lo cumplía sin necesidad de garantizarlo con su firma, hoy en día no es así, porque la gente se protege haciendo firmar letras, autenticando documentos en notarías o exigiendo fiadores. Incluso, algunas personas que son amigas de los delincuentes, también se sienten vulnerables, pues la realidad les dice que en cualquier momento un atracador, por muy del barrio que sea, podría hacerle daño. Tal es el caso de Marcos Ochoa Mestra, quien nos contó lo siguiente:

“Yo me crie en el barrio Pastrana Borrero con personas a las que veía consumir drogas, no se metían conmigo, pero eran personas agresivas y ellos siempre me respetaron. Sin embargo, me dan miedo varios sectores de la ciudad, como El Poblado, me da miedo llegar; algunas zonas de Cantacalero también me dan miedo; Nueva Belén, aunque tengo amigos allá y puedo entrar, siempre voy ‘cuatro ojos’; me da miedo Furatena. El barrio donde crecí no me da miedo, pero uno ve los ‘pelaítos’ que son de la nueva generación de ‘malandros’ y esos son los que dan miedo”.

Conviene resaltar en este punto que en Montería y Córdoba, como en otras regiones del Caribe colombiano, parte del diario acontecer de la gente del común se conversaba y tenía lugar de puertas hacia afuera, en las aceras o terrazas, en las famosas tertulias de cuadro de la tarde en las que se hablaba de todo un poco y se tomaba café o aromáticas. Pues bueno, de eso ya poco queda por la inseguridad, porque nadie se siente protegido al sentarse en la terraza de su casa con la puerta abierta. Las pocas tertulias de este tipo que todavía se ven, se observan en viviendas resguardadas con altas rejas o en algunos de barrios como La Castellana y El Recreo, de estrato 6, en donde viven personas que permanentemente son escoltadas por agentes de la Policía de civil o uniformados. De todas maneras, estas últimas ya no conservan tanto el carácter de tertulia, sino más bien de visita.

Así mismo, el miedo también ha hecho que el monteriano asuma una costumbre que no era propia de estas tierras, sino de las ciudades del interior del país, como lo es anunciarse antes de ir a visitar a alguien o pedir una cita, para que la otra persona se prepare y sepa quién o quiénes y a qué hora entrarán a su oficina, vivienda o apartamento, algo que no era común en el hombre sinuano, dado, por el contrario, a la informalidad, a la cercanía con el otro, a desarrollar lazos de amistad y a expresar conceptos con confianza sin temor a ser escuchado ni a ser censurado o amenazado por agentes externos, como sí sucede en la actualidad debido a la alta presencia de las bandas criminales, al sicariato y a los elevados niveles a los que ha llegado la corrupción y el narcotráfico. Una muestra de ello es

que en las páginas de opinión de El Meridiano de Córdoba, ninguno de los columnistas, en su mayoría profesionales de Córdoba, ataca frontalmente la desigualdad, la corrupción, el delito, el narcotráfico, los abusos de la fuerza pública ni tampoco defiende los derechos de las víctimas de desplazamiento ni de los sectores menos favorecidos, por temor a ser encasillados como de izquierda o ‘inconformes’ a los que hay que ‘eliminar’.

“Antes las cosas pasaban y se sentían como que más lejos de uno, pero ahora como se ve todo de una vez, se siente que hay más peligro en la calle”. (Marta Cecilia Conde).

“Yo, a esos estaderos del barrio Mogambo, por allá por La Vaquita, o los de Cantaclaro, en donde hay un estadero que se llama dizque Waka Waka, no iría por allá ni porque me paguen”. (Irma Rondón Granada).

“A mí me da miedo el matoneo. Tengo tres niños estudiando y a veces ellos por temor, pueden esconderle a uno cosas que suceden en el colegio y eso se da en todas partes, yo como profesor sé que a los niños les da temor y se guardan cosas. Me atemoriza que a mis hijos les suceda algo y no me lo vayan a contar a tiempo. Lo otro es la estafa, porque hay muchas formas en la que lo pueden estafar a uno. Nadie en esta sociedad está exento de estas situaciones”. (Marcos Ochoa Mestra).

En estas declaraciones, se capta, por un lado, que los lectores de El Propio tienen identificados los sectores peligrosos, y por el otro, que son susceptibles a las nuevas formas de violencia, como el matoneo en los colegios, aumentando un poco más la zozobra porque estos lugares de estudio, que antes eran seguros, ya no lo son.

Los imaginarios de los lectores de El Propio, ya sean colectivos o individuales, están relacionados con el miedo, y se expresan a través del reconocimiento de vulnerabilidad o de la opinión con conocimiento de causa al haber sido víctimas de hechos violentos, entre otros aspectos. Por su valor testimonial, que explica el

sentido del imaginario del miedo, hemos dejado para el final la siguiente declaración que nos dio Dina Luz Lemus Chamorro, asesora comercial del departamento de Clasificados de El Meridiano de Córdoba, cuyo trabajo consiste en vender avisos a través de llamadas telefónicas a clientes de todos los estratos de Montería:

“El trabajo en mi área cada vez se pone más difícil, porque muchos de los clientes, cuando uno los llama para hablarles de las ventajas de nuestro servicio, se niegan a tomarle el aviso a uno o a anunciar su requerimiento en los Clasificados del periódico, debido a que tienen que colocar los números de teléfono personales o de sus negocios, y eso no lo quieren hacer porque los extorsionan. Algunos me cuentan: ‘No, mija, muchas gracias, yo no quiero que me llamen los delincuentes o los presos de las cárceles a pedir plata’. Otros que ya vienen pautando, se retiran por el mismo problema. Es más, me dicen que ni siquiera quieren salir en las Páginas Amarillas, y es verdad, porque yo me he dado cuenta de que el Directorio ahora viene más delgado. Lo sé porque yo trabajo con el Directorio”.

En general los cuatro sentidos del consumo que nos ofrece la pensadora argentina María Cristina Mata (1999) nos sirve para dar cuenta de ciertas pistas capaces de abordar la comprensión del mundo de los lectores de El Propio, en especial su sección de Tal Cual. Un mundo donde, más allá de la percepción del acontecer urbano, acaece la construcción social de lo que significa vivir en Montería hoy día. Un medio de comunicación como El Propio facilita la aparición de criterios sociales que reorganizan las coordenadas de sentidos con que se mira y se vive la ciudad. El Propio y sus noticias de judiciales, inciden en las decisiones que las gentes toman a diario en cuanto sus movimientos para desplazarse por la ciudad y vivir en ella sacándole el quite a la violencia y sus efectos.

7. Conclusiones

- Consideraciones previas

En general el propósito de este informe, titulado: "El Propio: Prensa sensacionalista y consumo de noticias judiciales en los sectores populares de Montería" consiste en comprender la dinámica comunicacional de Montería en la actualidad, siguiendo la pista de las prácticas de la producción noticiosa y su consumo. La dinámica comunicacional implica tener en cuenta los brotes de modernidad en que se está viendo envuelta la capital del Departamento de Córdoba; ciertamente, es de reciente aparición el vuelco de las costumbres, en virtud de la apropiación social de los distintos estilos de vida que el mercado propone. Podría decirse que a la vanguardia de estos cambios se encuentra una expresión típicamente urbana como es la aparición de los centros comerciales que emulan espacios similares vistos en las metrópolis del mundo; espacios que sirven a la sociedad monteriana para escenificar la actualización de los mitos, las creencias y el surgimiento de nuevas preferencias y la reconfiguración del gusto. En virtud de lo anterior, son las clases pudientes quienes se adhieren de mejor manera en el proceso de la apropiación social de los modelos, los patrones y los derroteros que ofrece el mercado, de manera que las manifestaciones de su identidad pretende inscribirse en ciertas formas urbanas, globales y estandarizadas. Por su parte, los sectores populares de la ciudad, se acercan al mencionado vuelco de las costumbres a través de una invención social muy moderna como lo es la prensa y su serialización. Como hemos visto, la aparición de El Propio surge como oportunidad de negocios, cuyos inversionistas persiguieron el objetivo de copar el mercado de la necesidad de información entre los sectores populares, tal y como venía ocurriendo en otras ciudades de Colombia con periódicos de igual formato como Al Día, Q'iuvo y El Espacio. El Propio aparece en un contexto de reconfiguración urbana de Montería de la mano de la inversión en finca raíz y nuevas edificaciones; de la oferta de marcas de prestigio internacional; y de las

nuevas formas de consumo, lo que termina siendo expresión fehaciente de la desigualdad social y de la diferencia cultural. Las nuevas marcas, los nuevos símbolos de poder y distinción ofrecen a quien lo desee ciertas marcas de identidad que sirven para hacer más vertical la sociedad monteriana en razón de ciertas dualidades, la más importante quizás sea: lo rural/lo urbano; entre otras como: tradición/modernidad; nuevo/obsoleto; belleza/fealdad; pupi/popular; norte/sur; centro/periferia. Es allí donde el proceso comunicacional de la ciudad y su relación con la aparición de El Propio se constituye en un fenómeno que acaece en los márgenes de tal dicotomía. El Propio es un periódico que consume toda la sociedad monteriana, pero, al parecer, sólo los sectores populares se reconocen en él cuando regodean su identidad, su lenguaje y sus prácticas, dando lugar a una de las expresiones más evidentes de lo urbano – popular en Montería. Es por eso que aquí nos hemos dado a la tarea de describir el proceso comunicacional de El Propio según tres instancias como son la producción de noticias, sus mediaciones y su consumo, con las cuales organizamos nuestras conclusiones. Antes vale la pena aclarar que las tres instancias comunicacionales están imbricadas, no pueden verse como etapas separadas unas de otras; más bien, se trata de un reciclaje cultural entre la producción y el consumo de noticias, lo que se vincula a través de las mediaciones de lenguaje que ocurren entre periodistas y su público.

- Conclusión respecto a la producción noticiosa en El Propio

El ejercicio cotidiano de producción noticiosa en El Propio se concentra en la práctica periodística de Alex Pájaro; práctica que se ve influenciada por la puesta en marcha del código popular, sus creencias y ritos, lo que hace que los mensajes sean altamente comunicables entre su audiencia. Un código popular ambiguo, lleno de matices y segundas lecturas donde convive la fiesta y la violencia; una contradicción que caracteriza el devenir, no sólo de Montería y Colombia, sino de América Latina y el Caribe. Lo anterior supone tener en cuenta la historia de vida de Alex Pájaro la cual ha transcurrido según su experiencia con el ámbito de

exclusión, desigualdad y violencia que se vive en Colombia y sus distintas regiones. Tal experiencia facultó a Pájaro en tanto su visión de mundo, su sistema de creencias, su esquema de valores lo que se imbrica con las manifestaciones de lo popular en esta parte de la región del Caribe colombiano y el norte del Departamento de Antioquia. Tal experiencia social y cultural se fue reconfigurando en su trasegar por la formación periodística y su puesta en práctica, justo cuando aparece la iniciativa empresarial que le da vida organizacional a El Propio. De manera que el periódico deviene en la escenificación de las mencionadas prácticas periodísticas, las cuales, se dan en la serialización de noticias, de manera que un sujeto profesional como Pájaro se encarga de imprimir un sello personal a la noticia en virtud del uso del lenguaje, lo que da vida al vínculo con su público y hace eficaz el proceso de interpelación.

- Conclusiones frente al proceso de mediación cognitiva y mediación estructural

Respecto a las mediaciones evidenciadas en los mensajes periodísticos de El Propio tenemos que estas se sujetan al mencionado código popular, ya que esta instancia social y cultural, ofrece criterios de selección y descarte de elementos para producir las noticias. Así tenemos que las mediaciones cognitivas se constituyen en creencias donde subyacen los mitos sociales capaces de explicar, en el marco de la vida cotidiana, los avatares inciertos del acontecer urbano. De manera que las mediaciones cognitivas facilitan el reciclaje cultural de mitos y creencias que se evidencian en la aparición recurrente de estereotipos, esquemas de narración y moralejas o enseñanzas ejemplarizantes que funcionan como espejos sociales que van dando vida a la percepción que las gentes se forman del devenir de su ciudad. Lo anterior conecta con la sed de las masas por acceder a la información sobre ciertos temas cuyos ejes narrativos se encuentran en el conflicto armado y sus complejidades; el narcotráfico y sus dinámicas; la corrupción en sectores público y privado y sus efectos sociales; la violencia y la delincuencia urbana; y las violencias pasionales, familiares y barriales entre otras.

En la sección noticiosa Tal Cual de El Propio las mediaciones cognitivas tienden a ser reaccionarias según expresiones machistas, sexistas, excluyentes, clasistas, racistas y prejuiciosas. Se trata de referentes que, al parecer, conforman una zona social de comodidad capaz de explicar el devenir urbano en Montería; no obstante, es en las lecturas que desata el público donde encontramos una suerte de complicidad con el texto noticioso, pero, también hay réplica y resistencia, tal y como nos lo enseña Jesús Martín Barbero (1987), de eso daremos cuenta en la siguiente sección de conclusiones.

Respecto a las mediaciones estructurales estas son de corte muy simple en tanto diagramación y redacción. Ambos ejercicios de mediación son altamente convencionales, pues, su diagramación se sujeta a los términos de lo que significa el diseño de la prensa llamada sensacionalista ya que su formato tabloide contribuye a su fácil portabilidad y su circulación de mano en mano; de otra parte, los colores predominantes rojo y amarillo connotan una fuerte interpelación tendiente al escándalo y la manifestación de lo insólito, de la alarma social. Frente a las características de sus secciones podemos señalar que el uso de la fotografía resulta crucial para ofrecer un periódico que interpela más a su público desde lo gráfico y no tanto desde la letra. Así, en la redacción, tenemos que predomina el género noticioso informativo el cual es directo, simple y en general cumple con los elementos clásicos de la pirámide invertida. Se puede decir que sin foto, la producción noticiosa de El Propio está incompleta. Otro aspecto importante de la mediación estructural está en el uso del lenguaje popular según sus elementos puestos en la organización de titulares, antetítulos, leads y la redacción en general. Este uso del lenguaje popular garantiza en términos de forma, cierta eficacia en el proceso comunicacional con la audiencia.

- Conclusiones frente al mundo de la audiencia y sus lecturas

La tercera y última parte de las conclusiones se refiere al mundo de la audiencia del periódico estudiado en tanto las lecturas dominantes que acaecen en este

proceso comunicacional. Pensar el mundo de la audiencia de la prensa de judiciales, es decir, de la sección Tal Cual se estructuró según las categorías sentido propuestas por la intelectual argentina María Cristina Mata, con miras a establecer ciertas pistas de cómo se va reconfigurando socialmente el público según el consumo de los medios. Se trata de cuatro categorías que en su conjunto dan cuenta de un complejo proceso de apropiación social del acontecer urbano, lo que termina redundando en una dinámica de auto comprensión colectiva. Así tenemos que en la categoría del acceso material del periódico se observa una dinámica de circulación de este material periodístico que inicia con la expectativa por saber los últimos acontecimientos y sus protagonistas, los cuales, son muy próximos al ámbito barrial y urbano. Es la expectativa el inicio de un proceso de lectura de noticias que, no termina con su decodificación, sino que, más bien, inicia un proceso de conversación social, la cual, se ve tematizada por la agenda noticiosa de El Propio y su sección Tal Cual.

El acceso al consumo cultural se relaciona con el plano de las formas, lo que tiene relevancia según el uso del lenguaje popular y el regodeo en los estilos populares. De ahí que el morbo que se experimenta en la lectura de El Propio aparece en el cruce entre el plano privado y el plano público. Una convergencia de planos sociales que genera expectativa por conocer los misterios de la vida ajena. El vehículo comunicativo más influyente está en la explosión noticiosa, la cual, facilita la curiosidad en medio de un conjunto de sentimientos contradictorios dados en el humor macabro frente a las situaciones más escabrosas; frente al cinismo y el miedo generalizado. Esta categoría sentido apunta a la aparición de la necesidad cotidiana y colectiva de practicar culturalmente el estar informado en términos de El Propio, lo que implica su uso social, es decir, el gusto por la conversación respecto a los temas del día.

En cuanto al acceso al saber tenemos que los contenidos de El Propio son asumidos como espejos sociales, mediante los cuales, las gentes explican la gran tragedia social de la violencia urbana y que son referentes de los que no debe ser,

de lo que no debe hacerse, so pena de la sanción social y la pérdida de la libertad e incluso la vida. El acceso al saber ocurre en tanto enseñanza y moraleja que escarmienta a los sectores populares y su compleja realidad marginal. Un escarmiento que propende por la vigencia y validez del sistema social y económico que prodiga el lugar al que pertenecen las distintas conglomerados y sus categorías, cuyas fronteras se ven inamovibles, lo cual, es consecuente con el devenir histórico clientelista, premoderno y feudalista que caracteriza el acontecer en Colombia y sus regiones.

En general el acceso al saber en El Propio prodiga explicaciones del mundo y cómo funciona, además de los espejos sociales, allí se encuentran también –entre otras- las referencias apocalípticas que son comunes para encontrar sentido a la tragedia colectiva. La última categoría se refiere al vínculo entre el quehacer periodístico en El Propio y la aparición de un imaginario en los sectores populares, a partir de su lectura. Aquí postulamos el miedo como eje social, el cual, es fuente imaginaria capaz de formar coordenadas mentales y colectivas con qué abordar la ciudad en tiempo y espacio. Los lectores tienen claro cómo era la ciudad de Montería antes de la aparición de El Propio y el después.

Y es que, según los testimonios, antes de la aparición del periódico el miedo tenía otro sentido, digámoslo, más tradicional y propio del mundo rural. El miedo de El Propio es un miedo urbano que sirve como enfoque para que los habitantes de Montería, no tanto lean el periódico, sino la ciudad. El miedo, pues, organiza el relato periodístico del transcurrir urbano en Montería, de manera que en sus contenidos tiene gran relevancia cognitiva lo que se dice y también lo que no se dice, pero todo el mundo sabe.

De manera que podemos apostar por que la aparición de El Propio en la sociedad monteriana desató el proceso de aprender a vivir con el miedo y sus nuevas manifestaciones de violencia. Los relatos periodísticos de El Propio se valen de ciertos recursos para comunicar el miedo, tal y como son: la recurrente agenda

temática; el rutinario esquema narrativo; y, quizás lo más importante, la repetición de ciertos estereotipos sociales que encarnan el perfil personalizado del miedo urbano: se trata de un perfil con elementos recurrentes como pobre, negro o indígena, joven, resentido, iletrado, rural, al margen de la ley, implacable, sin referentes éticos y morales, entre otros. Elementos que dan cuenta de la peligrosidad que puede representar la subjetividad popular en determinados momentos y circunstancias.

8. ARCHIVO, FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

- **ARCHIVO:**

- El Propio
- El Meridiano
- El Tiempo, Bogotá, junio de 2001.
<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/etnias/1604/article-85705.html>

- **FUENTES:**

- **Entrevistados:**
 - **Alex Pájaro**
 - **Ana Luz Navarro Gardeazábal**
 - **Marcos Segundo Ochoa Mestra**
 - **Marta Cecilia Conde López**
 - **Irma Rondón Granada**
 - **Amelia Regina Martínez Arrieta**
 - **Moisés de Jesús Villadiego Ochoa**

- **BIBLIOGRAFÍA**

ACEVES, Jorge. La historia oral y de vida: del recurso técnico a la experiencia de investigación” en GALINDO, Jesús. *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Editorial Pearson, México DF 1998

BENITEZ, Antonio. La isla que se repite. Editorial Casiopea. Barcelona, 1998

BRIONES, Guillermo. Módulo de Epistemología. ICFES. Bogotá 1996

BONILLA – CASTRO, Elssy. Más allá del dilema de los métodos. Editorial Norma, Bogotá, 1997

CHICA, Ricardo. ¿Quién cogió universal hoy? Prensa y sectores populares en Cartagena. Universidad Tecnológica de Bolívar, 2005.

ECO, Umberto. La estructura ausente. Editorial Lumen, Barcelona, 1974

FISKE, John. Introducción al estudio de la comunicación. Editorial Norma, Bogotá, 1984

GALINDO, Jesús (Compilador). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Editorial Pearson. México. 1998.

GARCÍA CANCLINI, Néstor, citado por Guillermo Sunkel en El consumo cultural en América Latina. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1997

GARCÉS GONZÁLEZ, José Luis. Montería a sol y sombra. De la fábula a la postmodernidad. Editorial El Túnel, Montería, 2010.

GOMIS, LORENZO. Teoría del periodismo. Editorial Paidós. Barcelona, 1998.

LOZANO, José Carlos. Teoría e investigación de la comunicación de masas. Editorial Alhambra mexicana. 1997

MARTIN – BARBERO, Jesús. De los Medios a las Mediaciones. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1987

MARONNA, Mónica y SANCHEZ, Rosario. “Prácticas culturales y de consumo: la escucha cotidiana del radioteatro” en Signo y pensamiento, N° 39. Bogotá. 2001.

MATA, María Cristina. “Radio: memorias de la recepción” en El consumo cultural en América Latina, Guillermo Sunkel (Compilador), Convenio Andrés Bello. Bogotá. 1999.

ORTEGA y HUMANES, 2000, citados por López de la Roche, en Medios y Nación, editorial Aguilar, Bogotá, 2003

SANDOVAL, Carlos. Módulo de Investigación cualitativa. Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación Social. ICFES, Bogotá, 1997.

SANTAMARINA, Cristina y MARINAS, José Miguel. “Historias de Vida e Historia Oral” en Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales. Editorial Síntesis. Madrid, 1995.

SERRANO, Manuel Martín. “Teoría de las mediaciones” en Proyectar la comunicación. Editorial Tercer Mundo, Bogotá, 1997.

SHOEMAKER, Pamela. “Sociología de la producción de medios” en Teoría en investigación de la comunicación de masas. Editorial Alhambra Mexicana, México D.F., 2001.

URIBE, María Teresa. “Los materiales de la memoria” en La investigación cualitativa: Confrontación y perspectiva. Universidad de Antioquia, 1993.

SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1997

SUNKEL, Guillermo. La prensa sensacionalista y los sectores populares. Editorial Norma, Bogotá, 2001